

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

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом ФГБОУ ВО «ВГУ»
от 04.07 .2022г. протокол №7

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

42.02.01 Реклама

базовая подготовка

На базе основного общего образования

Профиль: гуманитарный

Квалификация: Специалист по рекламе

Форма обучения: очная

Нормативный срок освоения программы: 3 года 10 месяцев

Рекомендована: НМС факультета журналистики протокол от 26.05.2022 N 5

СОГЛАСОВАНО

Представитель работодателя:

Ваделова Надежда Сергеевна

Генеральный директор ООО «Вета-Строй»



Обязность, подпись, ФИО

М.П.

Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 2023/2024 учебном году

ООП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023/2024 учебном году на заседании ученого совета университета 30.05.2023 г. протокол № 6

Заместитель председателя Ученого совета ФГБОУ ВО «ВГУ»
_____ Е.Е. Чупандина

30.05.2023 г.

Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 20__/20__ учебном году

ООП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__/20__ учебном году на заседании ученого совета университета __.__.20__ г. протокол № ____

Заместитель председателя Ученого совета ФГБОУ ВО «ВГУ»
_____ Е.Е. Чупандина

__.__.20__ г.

Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 20__/20__ учебном году

ООП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__/20__ учебном году на заседании ученого совета университета __.__.20__ г. протокол № ____

Заместитель председателя Ученого совета ФГБОУ ВО «ВГУ»
_____ Е.Е. Чупандина

__.__.20__ г.

Содержание

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
1.1. Нормативно-правовые основы разработки основной профессиональной образовательной программы	5
1.2. Цель реализации ОПОП	5
1.3. Нормативный срок освоения программы.....	6
1.4. Трудоемкость ОПОП.....	6
1.5. Требования к абитуриенту.....	6
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	7
2.1. Область и объекты профессиональной деятельности.....	7
2.2. Виды профессиональной деятельности и компетенции	7
2.3. Задачи профессиональной деятельности	8
3. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА.....	15
3.1. Рабочий учебный план (Приложение 5)	15
3.2. Календарный учебный график (Приложение 4)	17
3.3. Аннотации программ дисциплин общеобразовательного цикла	18
БД.01 Иностранный язык.....	12
БД.02 Математика	14
БД.03 Информатика	14
БД.04 Естествознание	16
БД.05 Физическая культура	17
БД.06 Основы безопасности жизнедеятельности	19
БД.07 Астрономия.....	20
ПД.01 Русский язык.....	22
ПД.02 Литература	24
ПД.03 История	25
ПД.04 Обществознание(включая экономику и право)	27
ПОО.1 Искусство (МХК)	34
3.4. Аннотация программ дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического цикла	35
ОГСЭ.01. Основы философии	35
ОГСЭ.02. История	36
ОГСЭ.03. Иностранный язык.....	37
ОГСЭ.04. Физическая культура	39
ОГСЭ.05 История рекламы	39
ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии	40
3.5. Аннотация программ дисциплин математического и общего естественнонаучного цикла	41
ЕН.01 Математика.....	41
ЕН.02. Экологические основы природопользования	42
ЕН.03. Информатика.....	42
ЕН.04. Информационные технологии в профессиональной деятельности	43
3.6. Аннотации программ дисциплин и профессиональных модулей профессионального цикла.....	43
ОП. 01 Рисунок с основами перспективы	43
ОП. 02 Живопись с основами цветоведения.....	44
ОП.03 История изобразительного искусства	45

ОП.04 Экономика организации.....	45
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности.....	46
ОП.06 Сервисная деятельность.....	47
ОП.07 История и теория дизайна.....	48
ОП.08 Документационное обеспечение управления.....	48
ОП.09 Социология рекламной деятельности.....	49
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции.....	50
ПМ.02 Производство рекламной продукции.....	52
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.....	54
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.....	55
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.....	56
3.7. Аннотация программ учебной и производственной практик (в т.ч. преддипломной)	58
4. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	66
5. ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ	67
6. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	68
6.1. Контроль и оценка достижений обучающихся	68
6.2. Организация государственной итоговой аттестации выпускников	69
6.3. Порядок выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.....	63
7 Рабочая программа воспитания, календарный план воспитательной работы.....	64
Приложение 1.....	86
Приложение 2.....	92
Приложение 3.....	97
Приложение 4.....	98
Приложение 5.....	81
Фонд оценочных средств.....	103

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основная профессиональная образовательная программа федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Воронежский государственный университет» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности «42.02.01 Реклама», Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413 в пределах программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ), в том числе с учетом получаемой специальности СПО 42.02.01 Реклама, а также на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 августа 2013 г. № 658 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессии 031601.01 Агент рекламный».

1.1. Нормативно-правовые основы разработки основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа СПО - комплекс нормативно-методической документации, регламентирующий содержание, организацию и оценку качества подготовки обучающихся и выпускников по специальности 42.02.01 Реклама.

Нормативную правовую основу разработки основной профессиональной образовательной программы (далее - программа) составляют:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29.12.2012 (ред. от 03.08.2018);
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 14.06.2013 № 464 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 №885/390 «О практической подготовке обучающихся»;
- Устав ФГБОУ ВО «ВГУ».

1.2. Цель реализации ОПОП

Программа среднего профессионального образования по подготовке специалистов среднего звена имеет своей целью развитие у обучающихся личностных качеств, формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама». Формирование готовности и способности к профессиональному, личностному и культурному самосовершенствованию,

стремления к постоянному повышению своей квалификации, новаторству, а также качеств интеллигента и гуманистических основ личности, позволяющих осуществлять социальное служение людям.

Основная профессиональная образовательная программа реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета.

1.3. Нормативный срок освоения программы

Нормативный срок освоения базовой программы СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» при очной форме получения образования:

- на базе среднего общего образования – 3г.10 мес.
- на базе основного общего образования – 2г. 10 мес.

1.4. Трудоемкость ОПОП

Нормативный срок освоения ППССЗ СПО базовой подготовки при очной форме получения образования составляет - 199 недель, в том числе:

Учебные циклы	Число недель
Аудиторная нагрузка	125
Учебная практика	10
Производственная практика (по профилю специальности)	13
Производственная практика (преддипломная)	4
Промежуточная аттестация	7
Государственная итоговая аттестация	6
Каникулы	34
Итого:	199

1.5. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца об основном общем образовании или среднем общем образовании.

Абитуриент участвует в творческом конкурсе, правила которого утверждены деканом факультета журналистики ВГУ.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Область и объекты профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности выпускников: организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Объекты профессиональной деятельности выпускника: рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии; рекламная кампания; выставочная деятельность; технологические процессы изготовления рекламного продукта; рекламные коммуникативные технологии; первичные трудовые коллективы.

2.2. Виды профессиональной деятельности и компетенции

Виды профессиональной деятельности и профессиональные компетенции выпускника:

Код	Наименование
ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПМ.02	Производство рекламной продукции
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ПМ.05	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК 5.3	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.4	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК 5.5	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

Общие компетенции выпускника:

Код	Наименование
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Матрица соответствия компетенций, составных частей ОПОП и оценочных средств

Индекс	Наименование циклов, разделов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, практик	Формируемые компетенции	Оценочные средства					
			Промежуточная аттестация				Текущая аттестация	
			Эк-замен	Зачет	Диф. зачет	Курсовая работа	Письменная	Тестирование
БД.01	Иностранный язык				+		+	
БД.02	Математика		+				+	
БД.03	Информатика				+			+
БД.04	Физическая культура			+	+			
БД.05	Основы безопасности жизнедеятельности				+		+	
БД.06	Астрономия				+		+	
БД.07	Родная литература (русская)			+			+	
ПД.01	Русский язык		+				+	
ПД.02	Литература				+		+	
ПД.03	История				+		+	
ПД.04	Обществознание		+				+	
ПОО.1	Искусство (МХК)				+		+	
ОГСЭ.01	Основы философии	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9	+					
ОГСЭ.02	История	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9	+					+
ОГСЭ.03	Иностранный язык	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10	+	+			+	+
ОГСЭ.04	Физическая культура	ОК 2, ОК 3, ОК 6, ОК 8, ОК 9, ОК 10		+	+			
ОГСЭ.05	История рекламы	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 11			+		+	+
ОГСЭ.06	Основы социологии и политологии	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11	+				+	+
ЕН.01	Математика	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10	+				+	+
ЕН.02	Экологические основы природопользования	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 11			+		+	+

ЕН.03	Информатика	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 11	+				+	+
ЕН.04	Информационные технологии в профессиональной деятельности	ОК 1, ОК4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ОК 11			+		+	+
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.2	+					
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.2	+					
ОП.03	История изобразительного искусства	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2	+				+	+
ОП.04	Экономика организации	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 3.2	+				+	+
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3			+		+	+
ОП.06	Сервисная деятельность	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ПК 4.1, ПК 4.3			+		+	+
ОП.07	История и теория дизайна	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 2.1			+		+	+
ОП.08	Документационное обеспечение управления	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 11, ПК 4.1, ПК 4.3			+		+	+
ОП.09	Социология рекламной деятельности	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 3.2, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2			+		+	+
МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10,	+					

		ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5						
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5	+			+	+	+
МДК.01.03	Язык рекламы	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 11, ПК 1.4			+		+	+
МДК.01.04	Композиция, шрифтовая и художественная графика	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, 8, ОК 9, ОК 11, ПК 1 ОК.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5	+					
МДК.01.05	Фотодизайн и техника фотографии	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.5			+			
УП.01.01	Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ПК 1.1		+				
ПП.01.01	Разработка и создание дизайна рекламного продукта	ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 9, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5			+			
МДК.02.01	Выполнение рекламных проектов в материале	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3			+			
МДК.02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3			+			+
МДК.02.03	Техника и технологии рекламной фотографии	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3	+					
МДК.02.04	Техника и технологии рекламного видео	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3	+			+		
МДК.02.05	Мультимедийные технологии	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2			+			+
МДК.02.06	Обработка текстовой информации	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10,			+			+

		ОК 11, ПК 2.1						
УП.02.01	Практические основы производства рекламной продукции	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3		+				
ПП.02.01	Производство рекламной продукции	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3			+			
МДК.03.01	Маркетинг в рекламе	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2	+				+	+
МДК.03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2			+			+
МДК.03.03	Проектная деятельность в сфере рекламы	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2			+	+	+	+
МДК.03.04	Реклама в средствах массовой информации	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2			+		+	+
УП.03.01	Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ПК 3.1		+				
ПП.03.01	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2			+			
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	+				+	+
МДК.04.02	Реклама и СО в сфере применения	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3			+		+	+
УП.04.01	Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 4.1		+				
ПП.04.01	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 , ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3			+			

МДК.05.01	Введение в профессию Агент рекламный	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5	+				+	+
МДК.05.02	Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5	+				+	+
УП.05.01	Введение в профессию Агент рекламный	ОК 1, ОК 4, ПК 5.1		+				
ПП.05.01	Выполнение работ по профессии Агент рекламный	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5			+			
	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5			+			
	Государственная итоговая аттестация	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5						
	Подготовка выпускной квалификационной работы	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5						
	Защита выпускной квалификационной работы	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5						

2.3. Задачи профессиональной деятельности

В результате освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама обучающийся должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности.

Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

- Выбор художественной формы реализации рекламной идеи.
- Создание визуального образа с рекламными функциями и художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.
- Поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.
- Разработка композиционного решения рекламного продукта.
- Моделирование рекламы с использованием выразительных и художественно-изобразительных средств.
- Составление (написание) рекламных текстов.
- Проектирование рекламного продукта.

Производство рекламной продукции:

- Выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта.
- Построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.
- Подготовка к производству рекламного продукта.
- Производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.
- Осуществление фото и видеосъемки для производства рекламного продукта.
- Использование компьютерных технологий при создании печатного рекламного продукта.
- Разработка сценария для съемок и монтажа рекламы.
- Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации.
- Использование мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта.

Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта:

- Выявление требований целевых групп потребителей.
- Разработка средств продвижения рекламного продукта.
- Разработка маркетинговой части бизнес-плана.
- Проведение исследования предпочтений целевых групп потребителей.
- Анализ результатов исследований предпочтений целевых групп.
- Сегментирование рынка.
- Продвижение рекламного продукта.

Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта:

- Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта.
- Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя.

- Взаимодействие с субъектами рекламной деятельности.
- Подготовка документации для регистрации авторских прав.
- Составление планов и графиков деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.
- Проведение процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.
- Проведение презентации рекламного продукта.
- Подготовка авторской документации для регистрации авторских прав.

3. Документы, определяющие содержание и организацию образовательно процесса

3.1. Рабочий учебный план (Приложение 5)

Учебный план определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных дисциплин, модулей, практики, формы промежуточной аттестации обучающихся.

Учебный план обеспечивает:

- последовательность изучения дисциплин, основанную на их преемственности;
- рациональное распределение дисциплин по семестрам с позиций равномерности учебной работы обучающихся.

Получение среднего профессионального образования на базе основного общего образования осуществляется с одновременным получением среднего общего образования. На учебные дисциплины общеобразовательного цикла ОПОП СПО (ППССЗ) отведено 2106 – максимальная учебная нагрузка обучающегося (трудоемкость) из них: 1404 часа – обязательные учебные занятия.

В соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования при разработке учебного плана ОПОП СПО на базе основного общего образования с получением среднего общего образования (ППССЗ) сформирован общеобразовательный цикл, включающий общеобразовательные учебные дисциплины (общие и по выбору) из обязательных предметных областей: филология; иностранный язык; общественные науки; математика и информатика; естественные науки; физическая культура, экология и основы безопасности жизнедеятельности.

Общеобразовательный цикл ОПОП СПО на базе основного общего образования с получением среднего общего образования содержит 10 учебных дисциплин (не менее одной общеобразовательной учебной дисциплины из каждой предметной области). Из них 3 учебные дисциплины изучаются углубленно с учетом профиля профессионального образования.

Базовыми в общеобразовательном цикле являются учебные дисциплины: «Иностранный язык», «Математика», «Информатика», «Естествознание», «Физическая культура», «Основы безопасности жизнедеятельности».

Профильными в общеобразовательном цикле являются учебные дисциплины: «Русский язык», «Литература», «История», «Обществознание (включая экономику и право)». Также в учебный план включена дисциплина «Искусство (МХК)».

ППССЗ предусматривает изучение следующих учебных циклов:

базового;

общего гуманитарного и социально-экономического;

математического и общего естественнонаучного;

профессионального цикла, включающего общепрофессиональные

дисциплины и профессиональные модули;

и разделов:

учебная практика;
 производственная практика (по профилю специальности);
 производственная практика (преддипломная);
 промежуточная аттестация;
 государственная итоговая аттестация.

Обязательная часть ППССЗ по учебным циклам составляет 70 процентов от общего объема времени, отведенного на их освоение. Вариативная часть - 30 процентов. Вариативная часть дает возможность расширения и (или) углубления подготовки, определяемой содержанием обязательной части, получения дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда и возможностями продолжения образования. За счет вариативной части введены следующие дисциплины (разделы) в рамках:

Название цикла/проф. модуля и вариативной части
<i>Общий гуманитарный и социально-экономический цикл</i>
История рекламы
Основы социологии и политологии
<i>Математический и общий естественнонаучный цикл</i>
Информационные технологии в профессиональной деятельности
<i>Профессиональный цикл</i>
Сервисная деятельность
История и теория дизайна
Документационное обеспечение управления
Социология рекламной деятельности
<i>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</i>
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта
МДК.01.03 Язык рекламы
МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика
МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии
<i>ПМ. 02. Производство рекламной продукции</i>
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео
МДК.02.05 Мультимедийные технологии
МДК.02.06 Обработка текстовой информации
<i>ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</i>

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы
МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации
ПМ. 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения
ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный
МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг

Общий гуманитарный и социально-экономический, математический и общий естественнонаучный учебные циклы состоят из дисциплин.

Профессиональный учебный цикл состоит из общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей в соответствии с видами деятельности. В состав профессионального модуля входит один или несколько междисциплинарных курсов.

При освоении обучающимися профессиональных модулей проводятся учебная и производственная практики (по профилю специальности).

Обязательная часть общего гуманитарного и социально-экономического учебных циклов ППССЗ базовой подготовки предусматривает изучение обязательных дисциплин: «Основы философии», «История», «Иностранный язык», «Физическая культура».

Обязательная часть математического и общего естественнонаучного учебных циклов ППССЗ базовой подготовки предусматривает изучение обязательных дисциплин: «Математика», «Экологические основы природопользования», «Информатика».

Обязательная часть учебных циклов общепрофессиональных дисциплин ППССЗ базовой подготовки предусматривает изучение обязательных дисциплин: «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Экономика организации», «Безопасность жизнедеятельности».

Максимальный объем учебной нагрузки 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной учебных нагрузок.

Максимальный объем аудиторных занятий в неделю составляет 36 академических часов.

Общая продолжительность каникул 8-11 недель, в том числе не менее 2-х недель в зимний период.

3.2. Календарный учебный график (Приложение 4)

Календарный учебный график отражает последовательную реализацию ОПОП СПО ППССЗ по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы и содержит сводные данные по бюджету времени (в неделях).

3.3. Аннотации программ дисциплин общеобразовательного цикла

БД.01 Иностранный язык

Цели и задачи учебной дисциплины

Содержание программы учебной дисциплины направлено на достижение следующих целей:

- вести диалог, используя оценочные суждения, в ситуациях официального и неофициального общения (в рамках изученной тематики); беседовать о себе, своих планах; участвовать в обсуждении проблем в связи с прочитанным/прослушанным иноязычным текстом, соблюдая правила речевого этикета;
- рассказывать о своем окружении, рассуждать в рамках изученной тематики и проблематики; представлять социокультурный портрет своей страны и страны/стран изучаемого языка;
- относительно полно и точно понимать высказывания собеседника в распространенных стандартных ситуациях повседневного общения, понимать основное содержание и извлекать необходимую информацию из различных аудио- и видеотекстов: прагматических (объявления, прогноз погоды), публицистических (интервью, репортаж), соответствующих тематике данной ступени обучения;
- читать аутентичные тексты различных стилей: публицистические, художественные, научно-популярные, прагматические – используя основные виды чтения (ознакомительное, изучающее, поисковое/просмотровое) в зависимости от коммуникативной задачи;
- писать личное письмо, заполнять анкету, письменно излагать сведения о себе в форме, принятой в стране/странах изучаемого языка, делать выписки из иноязычного текста;
- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:
общения с представителями других стран, ориентации в современном поликультурном мире;
получения сведений из иноязычных источников информации (в том числе через Интернет), необходимых в образовательных и самообразовательных целях;
расширения возможностей в выборе будущей профессиональной деятельности;
изучения ценностей мировой культуры, культурного наследия и достижений других стран;
ознакомления представителей зарубежных стран с культурой.

Иностранный язык как дисциплина характеризуется:

- направленностью на освоение языковых средств общения, формирование новой языковой системы коммуникации, становление основных черт вторичной языковой личности;
- интегративным характером — сочетанием языкового образования с элементарными основами литературного и художественного образования (ознакомление с образцами зарубежной литературы, драматургии, музыкального искусства, кино и др.);
- полифункциональностью — способностью выступать как целью, так и средством обучения при изучении других предметных областей, что позволяет реализовать в процессе обучения самые разнообразные межпредметные связи.

Содержание учебной дисциплины направлено на формирование различных видов компетенций:

- лингвистической — расширение знаний о системе русского и иностранного языков, совершенствование умения использовать грамматические структуры и языковые

средства в соответствии с нормами данного языка, свободное использование приобретенного словарного запаса;

- социолингвистической — совершенствование умений в основных видах речевой деятельности (аудировании, говорении, чтении, письме), а также в выборе лингвистической формы и способа языкового выражения, адекватных ситуации общения, целям, намерениям и ролям партнеров по общению;

- дискурсивной — развитие способности использовать определенную стратегию и тактику общения для устного и письменного конструирования и интерпретации связных текстов на английском языке по изученной проблематике, в том числе демонстрирующие творческие способности обучающихся;

- социокультурной — овладение национально-культурной спецификой страны изучаемого языка и развитие умения строить речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике;

- социальной - развитие умения вступать в коммуникацию и поддерживать ее;

- стратегической - совершенствование умения компенсировать недостаточность знания языка и опыта общения в иноязычной среде;

- предметной — развитие умения использовать знания и навыки, формируемые в рамках дисциплины «Иностранный язык», для решения различных проблем.

Профессионально ориентированное содержание нацелено на формирование коммуникативной компетенции в деловой и выбранной профессиональной сфере, а также на освоение, повторение и закрепление грамматических и лексических структур, которые наиболее часто используются в деловой и профессиональной речи.

Коммуникативная направленность обучения обуславливает использование следующих функциональных стилей и типов текстов: литературно-художественный, научный, научно-популярный, газетно-публицистический, разговорный.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Является общеобразовательным учебным предметом из обязательной предметной области «Филология» и входит в общеобразовательный цикл.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Значение изучения и роль иностранного языка в современной жизни. Я и мое окружение. Описание людей: родных и друзей (внешность, характер, личностные качества, профессии). Межличностные отношения. Повседневная жизнь, условия жизни. Человек, здоровье, спорт. Досуг. Отдых, каникулы. Город, деревня, инфраструктура. Природа и человек. Научно-технический прогресс. Новости, средства массовой информации. Навыки общественной жизни (повседневное поведение, профессиональные навыки и умения). Культурные и национальные традиции, краеведение, обычаи и праздники. Государственное устройство, правовые институты. Функциональный язык (выражение согласия/несогласия; высказывание и запрашивание мнения, аргументация, контраргументация, просьба о помощи, предложение помощи. Организация сферы обслуживания. Переписка. Питание, напитки. Правила этикета (пунктуальность, подарки, одежда, угощение, общепринятые правила поведения и темы для разговора; запретные темы; продолжительность визита, прощание и уход).

Формы текущей аттестации: письменная работа в 1 семестре.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет во 2 семестре.

БД.02 Математика

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели преподавания дисциплины:

- развитие логического мышления, пространственного воображения, алгоритмической культуры, критичности мышления на уровне, необходимом для будущей профессиональной деятельности, для продолжения образования и самообразования;
- овладение математическими знаниями и умениями, необходимыми в повседневной жизни, для изучения смежных естественнонаучных дисциплин на базовом уровне и дисциплин профессионального цикла, для получения образования в областях, не требующих углубленной математической подготовки.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование представлений о математике как универсальном языке науки, средстве моделирования явлений и процессов, об идеях и методах математики;
- воспитание средствами математики культуры личности, понимания значимости математики для научно-технического прогресса, отношения к математике как к части общечеловеческой культуры через знакомство с историей развития математики, эволюцией математических идей.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: относится к базовым дисциплинам общеобразовательного цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

- Аксиомы стереометрии.
- Взаимное расположение прямых и плоскостей в пространстве.
- Декартовы координаты и векторы в пространстве.
- Многогранники.
- Тела вращения.
- Объемы многогранников и тел вращений.
- Элементы математической статистики, комбинаторики и теории вероятностей. Тригонометрические функции.
- Тригонометрические уравнения.
- Преобразование тригонометрических выражений.
- Производная.
- Первообразная и интеграл.
- Степени и корни. Показательная и логарифмическая функции.
- Уравнения и неравенства.

Формы текущей аттестации: письменная работа в 1 семестре.

Форма промежуточной аттестации: экзамен во 2 семестре.

БД.03 Информатика

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- эффективно использовать средства вычислительной техники для решения экономических, управленческих и других задач;

- устранять простейшие неисправности, инструктировать пользователей по базовым принципам использования ИКТ;
- выполнять требования техники безопасности, гигиены, эргономики и ресурсосбережения при работе со средствами информатизации.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- Объяснять различные подходы к определению понятия "информация".
- Различать методы измерения количества информации: вероятностный и алфавитный. Знать единицы измерения информации.
- Назначение наиболее распространенных средств автоматизации информационной деятельности (текстовых редакторов, текстовых процессоров, графических редакторов, электронных таблиц, баз данных, компьютерных сетей).
- Назначение и виды информационных моделей, описывающих реальные объекты или процессы.
- Использование алгоритма как модели автоматизации деятельности
- Назначение и функции операционных систем.
- В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:
- Оценивать достоверность информации, сопоставляя различные источники.
- Распознавать информационные процессы в различных системах.
- Использовать готовые информационные модели, оценивать их соответствие реальному объекту и целям моделирования.
- Осуществлять выбор способа представления информации в соответствии с поставленной задачей.
- Иллюстрировать учебные работы с использованием средств информационных технологий.
- Создавать информационные объекты сложной структуры, в том числе гипертекстовые.
- Просматривать, создавать, редактировать, сохранять записи в базах данных.
- Осуществлять поиск информации в базах данных, компьютерных сетях и пр.
- Представлять числовую информацию различными способами (таблица, массив, график, диаграмма и пр.)
- Соблюдать правила техники безопасности и гигиенические рекомендации при использовании средств ИКТ.
- Использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:
 - эффективной организации индивидуального информационного пространства;
 - автоматизации коммуникационной деятельности;
 - эффективного применения информационных образовательных ресурсов в учебной деятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: относится к базовым дисциплинам общеобразовательного цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

- Информационная деятельность человека.
- Системы счисления.
- Средства информационных и коммуникационных технологий.
- Технология создания и преобразования информационных объектов.

- Телекоммуникационные технологии

Формы текущей аттестации: письменная работа в 1 семестре.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачёт во 2 семестре.

БД.04 Естествознание

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины «Естествознание» обучающийся должен уметь:

- Приводить примеры экспериментов и(или) наблюдений, обосновывающих: существование электромагнитного поля и взаимосвязь электрического и магнитного полей, волновые и корпускулярные свойства света, необратимость тепловых процессов, зависимость свойств вещества от структуры молекул, зависимость скорости химической реакции от температуры и катализаторов, клеточное строение живых организмов, роль ДНК как носителя наследственной информации, эволюцию живой природы, превращения энергии и вероятностный характер процессов в живой и неживой природе, взаимосвязь компонентов экосистемы, влияние деятельности человека на экосистемы;
- Объяснять прикладное значение важнейших достижений в области естественных наук для: развития энергетики, транспорта и средств связи, получения синтетических материалов с заданными свойствами, создания биотехнологий, лечения инфекционных заболеваний, охраны окружающей среды;
- Выдвигать гипотезы и предлагать пути их проверки, делать выводы на основе экспериментальных данных, представленных в виде графика, таблицы или диаграммы;
- Работать с естественно-научной информацией, содержащейся в сообщениях СМИ, интернет-ресурсах, научно-популярной литературе: владеть методами поиска, выделять смысловую основу и оценивать достоверность информации;
- Использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для: оценки влияния на организм человека электромагнитных волн и радиоактивных излучений, энергосбережения, безопасного использования материалов и химических веществ в быту, профилактики инфекционных заболеваний, никотиновой, алкогольной и наркотической зависимостей; осознанных личных действий по охране окружающей среды.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- смысл понятий: естественнонаучный метод познания, электромагнитное поле, электромагнитные волны, квант, эволюция Вселенной, большой взрыв, Солнечная система, галактика, периодический закон, химическая связь, химическая реакция, макромолекула, белок, катализатор, фермент, клетка, дифференциация клеток, ДНК, вирус, биологическая эволюция, биоразнообразие, организм, популяция, экосистема, биосфера, энтропия, самоорганизация;
- вклад великих ученых в формирование современной естественно-научной картины мира.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: относится к базовым дисциплинам общеобразовательного цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

- Науки о природе;
- Физика;
- Химия;
- Биология.

Формы текущей аттестации: письменная работа в 1 семестре.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачёт во 2 семестре.

БД.05 Физическая культура

Цели и задачи учебной дисциплины:

Содержание программы «Физическая культура» направлено на достижение следующих целей:

- формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда;
- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно-оздоровительной деятельностью;
- овладение технологиями современных оздоровительных систем физического воспитания, обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление физического и психического здоровья;
- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций;
- приобретение компетентности в физкультурно-оздоровительной и спортивной деятельности, овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.

Содержание учебной дисциплины «Физическая культура» направлено на укрепление здоровья, повышение физического потенциала, работоспособности обучающихся, формирование у них жизненных, социальных и профессиональных мотиваций.

Реализация содержания учебной дисциплины «Физическая культура» в преемственности с другими общеобразовательными дисциплинами способствует воспитанию, социализации и самоидентификации обучающихся посредством лично и общественно значимой деятельности, становлению целесообразного здорового образа жизни.

В соответствии со структурой двигательной деятельности содержание учебной дисциплины «Физическая культура» представлено тремя содержательными линиями:

1. физкультурно-оздоровительной деятельностью;
2. спортивно-оздоровительной деятельностью с прикладной ориентированной подготовкой;
3. введением в профессиональную деятельность специалиста.

Первая содержательная линия ориентирует образовательный процесс на укрепление здоровья студентов и воспитание бережного к нему отношения. Через свое предметное содержание она нацеливает студентов на формирование интересов и потребностей в регулярных занятиях физической культурой и спортом, творческое использование осваиваемого учебного материала в разнообразных формах активного отдыха и досуга, самостоятельной физической подготовке к предстоящей жизнедеятельности.

Вторая содержательная линия соотносится с интересами студентов в занятиях спортом и характеризуется направленностью на обеспечение оптимального и достаточного уровня физической и двигательной подготовленности обучающихся.

Третья содержательная линия ориентирует образовательный процесс на развитие интереса студентов к будущей профессиональной деятельности и показывает значение физической культуры для их дальнейшего профессионального роста, самосовершенствования и конкурентоспособности на современном рынке труда.

Основное содержание учебной дисциплины «Физическая культура» реализуется в процессе теоретических и практических занятий и представлено двумя разделами: теоретическая часть и практическая часть.

Теоретическая часть направлена на формирование у обучающихся мировоззренческой системы научно-практических основ физической культуры, осознание студентами значения здорового образа жизни, двигательной активности в профессиональном росте и адаптации к изменяющемуся рынку труда.

Практическая часть предусматривает организацию учебно-методических и учебно-тренировочных занятий.

Содержание учебно-методических занятий обеспечивает: формирование у студентов установки на психическое и физическое здоровье; освоение методов профилактики профессиональных заболеваний; овладение приемами массажа и самомассажа, психорегулирующими упражнениями; знакомство с тестами, позволяющими самостоятельно анализировать состояние здоровья; овладение основными приемами неотложной доврачебной помощи.

Темы учебно-методических занятий определяются по выбору из числа предложенных программой.

На учебно-методических занятиях преподаватель проводит консультации, на которых по результатам тестирования помогает определить оздоровительную и профессиональную направленность индивидуальной двигательной нагрузки.

Учебно-тренировочные занятия содействуют укреплению здоровья, развитию физических качеств, повышению уровня функциональных и двигательных способностей организма студентов, а также профилактике профессиональных заболеваний.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: относится к базовым дисциплинам общеобразовательного цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины

- Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов СПО.
- Основы здорового образа жизни.
- Физическая культура в обеспечении здоровья.
- Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Самоконтроль, его основные методы, показатели и критерии оценки. Психофизиологические основы учебного и производственного труда.
- Средства физической культуры в регулировании работоспособности.
- Физическая культура в профессиональной деятельности специалиста.
- Легкая атлетика. Кроссовая подготовка.
- Спортивные игры. Волейбол. Баскетбол. Ручной мяч.

Форма промежуточной аттестации: зачет в 1 семестре,
дифференцированный зачет во 2 семестре.

БД.06 Основы безопасности жизнедеятельности

Цели и задачи учебной дисциплины:

Содержание программы «Основы безопасности жизнедеятельности» направлено на достижение следующих целей:

- повышение уровня защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз (жизненно важные интересы — совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества и государства);
- снижение отрицательного влияния человеческого фактора на безопасность личности, общества и государства;
- формирование антитеррористического поведения, отрицательного отношения к приему психоактивных веществ, в том числе наркотиков;
- обеспечение профилактики асоциального поведения учащихся.

В современных условиях глобализации развития мировой экономики, усложнения, интенсификации и увеличения напряженности профессиональной деятельности специалистов существенно возрастает общественно-производственное значение состояния здоровья каждого человека. Здоровье становится приоритетной социальной ценностью. В связи с этим исключительную важность приобретает высокая профессиональная подготовка специалистов различного профиля к принятию решений и действиям по предупреждению чрезвычайных ситуаций (ЧС), а при их возникновении — к проведению соответствующих мероприятий по ликвидации их негативных последствий, и прежде всего к оказанию первой помощи пострадавшим.

Данная дисциплина является начальной ступенью в освоении норм и правил безопасности и обеспечении комфортных условий жизнедеятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Учебная дисциплина является базовой и изучается в общеобразовательном цикле учебного плана ОПОП СПО на базе основного общего образования.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

- Обеспечение личной безопасности в повседневной жизни.
- Обеспечение личной безопасности в природной среде.
- Обеспечение личной безопасности в населенных пунктах.
- Обеспечение личной безопасности в быту.
- Обеспечение личной безопасности в условиях чрезвычайных ситуаций. Чрезвычайные ситуации природного характера.
- Чрезвычайные ситуации техногенного характера.
- Правила поведения при угрозе террористического акта.
- Нормативно-правовые и организационные основы защиты населения от чрезвычайных ситуаций.
- Нормативно-правовая база Российской Федерации по обеспечению безопасности.
- Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС).
- Основы здорового образа жизни и медицинских знаний.
- Основы медицинских знаний и профилактика инфекционных заболеваний.
- Здоровый образ жизни и его составляющие.
- Нравственность и здоровье.
- Первая помощь при неотложных состояниях.
- Социальная безопасность.
- Теоретические основы социальной безопасности жизнедеятельности.
- Дестабилизирующие факторы современности.
- Психология социальной безопасности.
- Информационная безопасность.
- Система защиты и организации безопасности жизнедеятельности человека в условиях социальной опасности.
- Повторение разделов дисциплины.

Формы текущей аттестации: - тест в 1 семестре.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет во 2 семестре.

БД.07 Астрономия

Цели и задачи учебной дисциплины:

- формировании представлений о современной естественнонаучной картине мира,
- о единстве физических законов, действующих на Земле и в безграничной Вселенной,
- о непрерывно происходящей эволюции нашей планеты, всех космических тел и их систем, а также самой Вселенной

Астрономия — наука, изучающая строение и развитие космических тел, их систем и всей Вселенной. Курс «Астрономия» направлен на формирование у обучающихся представлений о движении, строении, происхождении развитии небесных тел и их систем; знакомство с именами выдающихся деятелей в области астрономии, с их ролью в

данной области знаний. А также о практическом применении астрономических знаний для развития таких наук, как астрология, хиромантия, космология. Содержание курса выстроено с учётом последовательного, логически выстроенного материала, формирующего единую картину Вселенной.

В профессиональных образовательных организациях, реализующих образовательную программу среднего общего образования в пределах освоения ОПОП СПО на базе основного общего образования, учебная дисциплина «Астрономия» изучается на базовом уровне ФГОС среднего общего образования, основывается на знаниях обучающихся, полученных при изучении физики, химии, географии, математики в основной школе. При отборе содержания учебной дисциплины «Астрономия» использован междисциплинарный подход, в соответствии с которым обучающиеся должны усвоить знания и умения, необходимые для формирования единой целостной естественно- научной картины мира, определяющей формирование научного мировоззрения, востребованные в жизни и в практической деятельности.

В целом учебная дисциплина «Астрономия», в содержании которой ведущим компонентом являются научные знания и научные методы познания, не только позволяет сформировать у обучающихся целостную картину мира, но и пробуждает у них эмоционально-ценностное отношение к изучаемому материалу, готовность к выбору действий определенной направленности, умение использовать методологию научного познания для изучения окружающего мира.

Изучение общеобразовательной учебной дисциплины «Астрономия» завершается подведением итогов в форме дифференцированного зачета в рамках промежуточной аттестации студентов в процессе освоения основной ОПОП СПО с получением среднего общего образования (ППССЗ).

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Учебная дисциплина является базовой и изучается в общеобразовательном цикле учебного плана ОПОП СПО на базе основного общего образования.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Введение

Астрономия, ее связь с другими науками. Роль астрономии в развитии цивилизации. Эволюция взглядов человека на Вселенную. Геоцентрическая и гелиоцентрическая системы. История развития астрономии (астрономия древнего Египта, астрономия Междуречья, астрономия Древнего Китая, астрономия Нового Света, астрономия Древней Греции, астрономия Древнего Востока, астрономия Нового времени, астрономия XVI-XVIII веков, астрономия XX век). История развития отечественной космонавтики. Первый искусственный спутник Земли. Полет Ю. А. Гагарина. Достижения современной космонавтики. Особенности астрономических методов исследования.

Строение Солнечной системы. Законы движения небесных тел.

Солнечная система. Солнце. Планеты земной группы (Меркурий, Венера, Земля, Марс; общая характеристика атмосферы, поверхности). Планеты-гиганты (Юпитер, Сатурн, Уран, Нептун; общая характеристика, особенности строения, спутники, кольца). Законы движения небесных тел (Закон всемирного тяготения. Законы Кеплера.) Астероиды и метеориты. Орбиты астероидов. Два пояса астероидов: Главный пояс (между орбитами Марса и Юпитера) и пояс Койпера (за пределами орбиты Нептуна). Физические характеристики астероидов. Метеориты. Кометы и метеоры (открытие комет, вид, строение, орбиты, природа комет, метеоры, метеорные потоки). Исследования Солнечной системы. Межпланетные космические аппараты, используемые для исследования планет. Новые научные исследования Солнечной системы.

Измерение времени. Календарь.

Звездные сутки. Солнечные сутки. Звездное время. Истинное и среднее солнечное время. Местное время. Всемирное время. Поясное время. Декретное время. Летнее время. Линия перемены даты. Приборы для измерения времени. Календарь.

Основные характеристики нормальных звезд.

Классы звезд. Основные характеристики звезд. Спектральная классификация звезд. Классы светимости.

Солнце. Влияние Солнца на физические процессы на Земле.

Солнце. Химический состав Солнца. Строение Солнца. Термоядерные реакции на Солнце. Строение внешних слоев. Солнечный ветер. Одиннадцатилетний цикл Солнца.

Двойные и переменные звезды

Кратные звезды. Переменные звезды. Цефеиды. Эруптивные переменные. Тесные двойные системы. Сверхновые звезды.

Эволюция звезд.

Области звездообразования. Протозвезды. Звезда в стационарном состоянии. Стадия красного гиганта. Стадия белого карлика. Стадия сверхновой звезды. Этапы эволюции массивной звезды. Нейтронная звезда. Черные дыры.

Галактики. Происхождение и эволюция Вселенной.

Галактики. Типы галактик. Звездные скопления. Вселенная.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 1 семестре.

ПД.01 Русский язык

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате изучения русского языка ученик должен знать:

функции языка; основные сведения о лингвистике как науке, роли старославянского языка в развитии русского языка, формах существования русского национального языка, литературном языке и его признаках;

системное устройство языка, взаимосвязь его уровней и единиц;

понятие языковой нормы, ее функций, современные тенденции в развитии норм русского литературного языка;

компоненты речевой ситуации; основные условия эффективности речевого общения;

основные аспекты культуры речи; требования, предъявляемые к устным и письменным текстам различных жанров в учебно-научной, обиходно-бытовой, социально-культурной и деловой сферах общения;

В результате изучения русского языка ученик должен уметь:

проводить различные виды анализа языковых единиц; языковых явлений и фактов, допускающих неоднозначную интерпретацию;

разграничивать варианты норм, преднамеренные и непреднамеренные нарушения языковой нормы;

проводить лингвистический анализ учебно-научных, деловых, публицистических, разговорных и художественных текстов;

оценивать устные и письменные высказывания с точки зрения языкового оформления, эффективности достижения поставленных коммуникативных задач;

объяснять взаимосвязь фактов языка и истории, языка и культуры русского и других народов;

аудирование и чтение

использовать разные виды чтения (ознакомительно-изучающее, ознакомительно-реферативное и др.) в зависимости от коммуникативной задачи;

извлекать необходимую информацию из различных источников: учебно-научных текстов, справочной литературы, средств массовой информации, в том числе представленных в электронном виде на различных информационных носителях;

владеть основными приемами информационной переработки устного и письменного текста;

говорение и письмо

создавать устные и письменные монологические и диалогические высказывания различных типов и жанров в социально-культурной, учебно-научной (на материале изучаемых учебных дисциплин), деловой сферах общения; редактировать собственный текст;

применять в практике речевого общения основные орфоэпические, лексические, грамматические нормы современного русского литературного языка; использовать в собственной речевой практике синонимические ресурсы русского языка;

применять в практике письма орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка;

соблюдать нормы речевого поведения в различных сферах и ситуациях общения, в том числе при обсуждении дискуссионных проблем;

использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

осознания русского языка как духовной, нравственной и культурной ценности народа; приобщения к ценностям национальной и мировой культуры;

углубления лингвистических знаний, расширения кругозора в области филологических наук и получения высшего филологического образования;

совершенствования коммуникативных способностей; развития готовности к речевому взаимодействию, межличностному и межкультурному общению, сотрудничеству;

увеличения продуктивного, рецептивного и потенциального словаря; расширения круга используемых языковых и речевых средств; совершенствования способности к самооценке через наблюдение за собственной речью;

развития интеллектуальных и творческих способностей, навыков самостоятельной деятельности, использования языка для самореализации, самовыражения в различных областях человеческой деятельности;

удовлетворения познавательных интересов в области гуманитарных наук; самообразования и активного участия в производственной, культурной и общественной жизни государства.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Учебная дисциплина «Русский язык» является профильной дисциплиной из обязательной предметной области «Филология» и входит в общеобразовательный цикл.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

- Язык и речь.
- Разговорный стиль речи
- Научный стиль речи.
- Официально-деловой стиль речи
- Публицистический стиль речи
- Художественный стиль речи
- Текст как произведение речи
- Слово в лексической системе языка
- Русская лексика с точки зрения ее происхождения и употребления
- Активный и пассивный словарный запас
- Фразеологизмы
- Лексические нормы
- Фонетические единицы
- Орфоэпические нормы
- Правописание безударных гласных, звонких и глухих согласных.
- Понятие морфемы как значимой части слова.

- Способы словообразования.
- Употребление приставок и суффиксов в разных стилях речи.
- Грамматические признаки слова.
- Имя существительное.
- Имя прилагательное.
- Имя числительное.
- Местоимение.
- Глагол.
- Причастие как особая форма глагола.
- Деепричастие как особая форма глагола.
- Наречие.
- Слова категории состояния
- Предлог как часть речи
- Союз как часть речи
- Частица как часть речи
- Междометия и звукоподражательные слова
- Основные единицы синтаксиса
- Словосочетание
- Простое предложение
- Осложненное простое предложение
- Сложное предложение

Формы текущей аттестации: - письменная контрольная работа в 1 семестре.

Форма промежуточной аттестации: экзамен во 2 семестре.

ПД.02 Литература

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате изучения литературы на профильном уровне ученик должен знать:

образную природу словесного искусства;

содержание изученных литературных произведений;

основные факты жизни и творчества писателей-классиков XIX-XX вв., этапы их творческой эволюции;

историко-культурный контекст и творческую историю изучаемых произведений;

основные закономерности историко-литературного процесса; сведения об отдельных периодах его развития; черты литературных направлений и течений;

основные теоретико-литературные понятия;

В результате изучения литературы на профильном уровне ученик должен уметь:

воспроизводить содержание литературного произведения;

анализировать и интерпретировать литературное произведение, используя сведения по истории и теории литературы (художественная структура, тематика, проблематика, нравственный пафос, система образов, особенности композиции, художественного времени и пространства, изобразительно-выразительные средства языка, художественная деталь); анализировать эпизод (сцену) изученного произведения, объяснять его связь с проблематикой произведения;

соотносить художественную литературу с фактами общественной жизни и культуры; раскрывать роль литературы в духовном и культурном развитии общества;

раскрывать конкретно-историческое и общечеловеческое содержание изученных литературных произведений; связывать литературную классику со временем написания, с современностью и с традицией; выявлять «сквозные темы» и ключевые проблемы русской литературы;

соотносить изучаемое произведение с литературным направлением эпохи; выделять черты литературных направлений и течений при анализе произведения;

определять жанрово-родовую специфику литературного произведения;
сопоставлять литературные произведения, а также их различные художественные, критические и научные интерпретации;
выявлять авторскую позицию, характеризовать особенности стиля писателя;
выразительно читать изученные произведения (или фрагменты), соблюдая нормы литературного произношения;
аргументировано формулировать свое отношение к прочитанному произведению;
составлять планы и тезисы статей на литературные темы, готовить учебно-исследовательские работы;
писать рецензии на прочитанные произведения и сочинения различных жанров на литературные темы.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Учебная дисциплина «Литература» является профильной дисциплиной из обязательной предметной области «Филология» и входит в общеобразовательный цикл.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

- Русская литература первой половины XIX века
- Русская литература второй половины XIX века
- Зарубежная литература (обзор)
- Литература XX века. Введение
- Русская литература на рубеже веков
- Поэзия начала XX века
- Литература 20-х годов (обзор)
- Литература 30-х – начала 40-х годов (обзор)
- Литература русского Зарубежья
- Литература периода Великой Отечественной войны и первых послевоенных лет
- Литература 50–80-х годов (обзор)
- Русская литература последних лет (обзор)
- Зарубежная литература (обзор)
- Произведения для бесед по современной литературе

Формы текущей аттестации: - письменная контрольная работа в 1 семестре.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачёт во 2 семестре.

□

□

ПД.03 История

Цели и задачи учебной дисциплины:

Содержание программы «История» направлено на достижение следующих **целей**:

- формирование у молодого поколения исторических ориентиров самоидентификации в современном мире, гражданской идентичности личности;
- формирование понимания истории как процесса эволюции общества, цивилизации и истории как науки;
- усвоение интегративной системы знаний об истории человечества при особом внимании к месту и роли России во всемирно-историческом процессе;
- развитие способности у обучающихся осмысливать важнейшие исторические события, процессы и явления;
- формирование у обучающихся системы базовых национальных ценностей на основе осмысления общественного развития, осознания уникальности

каждой личности, раскрывающейся полностью только в обществе и через общество;

- воспитание обучающихся в духе патриотизма, уважения к истории своего Отечества как единого многонационального государства, построенного на основе равенства всех народов России.

Система исторического образования в России должна продолжить формирование и развитие исторических ориентиров самоидентификации молодых людей в современном мире, их гражданской позиции, патриотизма как нравственного качества личности. Значимость исторического знания в образовании обусловлена его познавательными и мировоззренческими свойствами, вкладом в духовно- нравственное становление молодежи.

Содержание учебной дисциплины «История» ориентировано на осознание студентами базовых национальных ценностей российского общества, формирование российской гражданской идентичности, воспитание гражданина России, сознающего объективную необходимость выстраивания собственной образовательной траектории, непрерывного профессионального роста.

При отборе содержания учебной дисциплины «История» учитывались следующие принципы:

- многофакторный подход к истории, позволяющий показать всю сложность и многомерность предмета, продемонстрировать одновременное действие различных факторов, приоритетное значение одного из них в тот или иной период;
- направленность содержания на развитие патриотических чувств обучающихся, воспитание у них гражданских качеств, толерантности мышления;
- внимание к личностно-психологическим аспектам истории, которые проявляются прежде всего в раскрытии влияния исторических деятелей на ход исторического процесса;
- акцент на сравнении процессов, происходивших в различных странах, показ общеисторических тенденций и специфики отдельных стран;
- ориентация обучающихся на самостоятельный поиск ответов на важные вопросы истории, формирование собственной позиции при оценке ключевых исторических проблем.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Учебная дисциплина «История» является профильной дисциплиной из обязательной предметной области «Общественные науки» и входит в общеобразовательный цикл.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

- История в системе социально-гуманитарных наук.
- Основы методологии исторической науки.
- Исследователь и исторический источник.
- Особенности становления государственности в России и мире.
- Русские земли в XIII-XV веках и европейское средневековье.
- Россия в XVI-XVII веках в контексте развития европейской цивилизации.
- Россия и мир в XVIII веке: попытки модернизации.
- Россия и мир в XIX веках: попытки модернизации и промышленный

- переворот. Россия и мир в XX веке.
- Россия и мир в XXI веке.

Формы текущей аттестации: - письменная контрольная работа в 1 семестре.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет во 2 семестре.

ПД.04 Обществознание (включая экономику и право)

Цели и задачи учебной дисциплины:

Содержание программы «Обществознание (включая экономику и право)» направлено на достижение следующих **целей:**

В результате изучения обществознания на профильном уровне ученик должен знать:

социальные свойства человека, его место в системе общественных отношений;

закономерности развития общества как сложной самоорганизующейся системы;

основные социальные институты и процессы;

различные подходы к исследованию проблем человека и общества;

особенности различных общественных наук, основные пути и способы социального и гуманитарного познания.

В результате изучения обществознания на профильном уровне ученик должен уметь:

характеризовать с научных позиций основные социальные объекты (факты, явления, процессы, институты), их место и значение в жизни общества как целостной системы; проблемы человека в современном обществе;

осуществлять комплексный поиск, систематизацию и интерпретацию социальной информации по определенной теме из оригинальных неадаптированных текстов (философских, научных, правовых, политических, публицистических);

анализировать и классифицировать социальную информацию, представленную в различных знаковых системах (текст, схема, таблица, диаграмма, аудиовизуальный ряд); переводить ее из одной знаковой системы в другую;

сравнивать социальные объекты, выявляя их общие черты и различия; устанавливать соответствия между существенными чертами и признаками социальных явлений и обществоведческими терминами, понятиями; сопоставлять различные научные подходы; различать в социальной информации факты и мнения, аргументы и выводы;

объяснять: внутренние и внешние связи (причинно-следственные и функциональные) изученных социальных объектов (включая взаимодействия человека и общества, общества и природы, общества и культуры, подсистем и структурных элементов социальной системы, социальных качеств человека);

раскрывать на примерах важнейшие теоретические положения и понятия социально-экономических и гуманитарных наук;

участвовать в дискуссиях по актуальным социальным проблемам;

формулировать на основе приобретенных социально-гуманитарных знаний собственные суждения и аргументы по определенным проблемам;

оценивать различные суждения о социальных объектах с точки зрения общественных наук;

подготовить аннотацию, рецензию, реферат, творческую работу, устное выступление;

осуществлять индивидуальные и групповые учебные исследования по социальной проблематике;

применять социально-экономические и гуманитарные знания в процессе решения познавательных и практических задач, отражающих актуальные проблемы жизни человека и общества.

Использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

эффективного выполнения типичных социальных ролей; сознательного взаимодействия с социальными институтами

ориентировки в актуальных общественных событиях и процессах; выработки собственной гражданской позиции,

оценки общественных изменений с точки зрения демократических и гуманистических ценностей, лежащих в основе Конституции Российской Федерации;

самостоятельного поиска социальной информации, необходимой для принятия собственных решений; критического восприятия информации, получаемой в межличностном общении и в массовой коммуникации;

нравственной оценки социального поведения людей;

предвидения возможных последствий определенных социальных действий субъектов общественных отношений;

ориентации в социальных и гуманитарных науках, их последующего изучения в учреждениях среднего и высшего профессионального образования;

осуществления конструктивного взаимодействия людей с разными убеждениями, культурными ценностями и социальным положением.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к профильным дисциплинам общеобразовательного цикла

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Введение. Раздел 1. Начала философских и психологических знаний о человеке и обществе. Тема 1.1. Природа человека, врожденные и приобретенные качества Тема 1.2. Общество как сложная система Раздел 2. Основы знаний о духовной культуре человека и общества Тема 2.1. Духовная культура личности и общества Тема 2.2. наука и образование в современном мире 2.3. Мораль, искусство и религия как элементы духовной культуры Раздел 3. Экономика Тема 3.1. Экономика и экономическая наука. Экономические системы. Экономика семьи Тема 3.2. Рынок. Фирма. Роль государства в экономике Тема 3.3. ВВП, его структура и динамика. Рынок труда и безработица. Деньги, банки, инфляция Тема 3.4. Основные проблемы экономики России. Элементы международной экономики Раздел 4. Социальные отношения Тема 4.1. Социальная роль и стратификация Тема 4.2. Социальные нормы и конфликты Тема 4.3. Важнейшие социальные общности и группы Раздел 5. Политика как общественное явление Тема 5.1. Политика и власть. Государство в политической системе Тема 5.2. Участники политического процесса Раздел 6. Право Тема 6.1. Правовое регулирование общественных отношений Тема 6.2. Основы конституционного права Российской Федерации Тема 6.3. Отрасли российского права Тема 6.4. Международное право.

Формы текущей аттестации: - письменная контрольная работа в 1 семестре.

Форма промежуточной аттестации: экзамен во 2 семестре.

ПОО.1 Искусство (МХК)

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате изучения мировой художественной культуры студент должен знать:

- основные виды и жанры искусства;
- изученные направления и стили мировой художественной культуры;
- шедевры мировой художественной культуры;
- особенности языка различных видов искусства.

В результате изучения мировой художественной культуры ученик должен уметь:

- узнавать изученные произведения и соотносить их с определенной эпохой, стилем, направлением.

- устанавливать стилевые и сюжетные связи между произведениями разных видов искусства;

- пользоваться различными источниками информации о мировой художественной культуре;

- выполнять учебные и творческие задания (доклады, сообщения).

Использовать приобретенные знания в практической деятельности и повседневной жизни для:

- выбора путей своего культурного развития;

- организации личного и коллективного досуга;

- выражения собственного суждения о произведениях классики и современного искусства;

- самостоятельного художественного творчества.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: дисциплина общеобразовательного цикла, предлагаемая образовательной организацией.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Тема 1. Художественная культура первобытного мира
Тема 2. Художественная культура древнего мира
Тема 3. Художественная культура средних веков
Тема 4. Художественная культура Дальнего и Ближнего Востока в средние века.
Раздел 2. Тема 5. Художественная культура эпохи Возрождения
Тема 6. Художественная культура XVII века
Тема 7. Художественная культура XVIII — первой половины XIX века
Тема 8. Художественная культура второй половины XIX — начало XX века
Тема 9. Художественная культура XX века
Тема 10. Современная художественная культура

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет во 2 семестре.

3.4. Аннотация программ дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического цикла

ОГСЭ.01. Основы философии

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:
ориентироваться в наиболее общих философских проблемах бытия, познания, ценностей, свободы и смысла жизни как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- основные категории и понятия философии;
- роль философии в жизни человека и общества;
- основы философского учения о бытии;
- сущность процесса познания;

основы научной, философской и религиозной картин мира;
об условиях формирования личности, свободе и ответственности за сохранение жизни, культуры, окружающей среды;
о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий.

Дисциплина «Основы философии» служит следующим целям: формирование у обучающихся общего представления о структуре и эволюции человеческой мысли, её специфике на различных этапах развития цивилизации и характерном для каждого из них наборе онтологических, гносеологических, методологических и аксиологических проблем. Также целью дисциплины является формирование основ целостного общенаучного мировоззрения, включающего в себя владение основными общенаучными категориями и методами, знание основных проблем философии и путей их теоретической формулировки и решения; знакомство с сущностью базовых подходов к рассмотрению проблем онтологии, теории познания, аксиологии, научной методологии, а также учения об обществе и человеке.

Основным итогом изучения дисциплины, помимо указанных выше, следует считать формирование у обучающихся основ: общенаучной и философской эрудиции; умения грамотно работать с исследуемым материалом; способность структурно и логично формулировать научные проблемы, осуществлять сопутствующий их решению анализ; способность системно и структурно выстраивать рассуждение и само содержание исследуемой сферы научной деятельности.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Философия как мировоззренческая система. Понятие мировоззрения. Исторические типы мировоззренческих систем. Раздел 2. Историческая эволюция философского знания. Античная философия. Философия средних веков. Философия эпохи Возрождения. Философия Нового времени. Немецкая классическая философия. Основные направления современной (неклассической) философии. Раздел 3. Основные вопросы философской онтологии. Место онтологии в структуре философского знания. Бытие как центральная категория онтологии. Материализм как онтологическая доктрина и метод познания. Идеализм как философская онтология. Философское учение о развитии. Раздел 4. Основы теории познания. Понятие гносеологии. Познание как субъектно-объектное отношение. Этапы и уровни познания. Виды познания. Истина. Мышление и язык. Раздел 5. Общество как предмет философского анализа. Формационный подход к анализу динамики и логики общественного развития. Цивилизационный подход к анализу общества. Понятия индивида и личности. Раздел 6. Человек как предмет философских исследований. Эволюция представлений о сущности человека в истории философской мысли. Проблема человеческой свободы и ответственности

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: экзамен в 7 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК-1, ОК-6, ОК-7, ОК-8.

ОГСЭ.02. История

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;

выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX и XXI вв.);

сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX - начале XXI вв.;

основные процессы (интеграционные, поликультурные, миграционные и иные) политического и экономического развития ведущих государств и регионов мира;

назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности;

о роли науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций;

содержание и назначение важнейших нормативных правовых актов мирового и регионального значения.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Вторая мировая война. Послевоенное десятилетие. Тема 1.1. Введение. Россия и мир в новейшее время. Тема 1.2. Вторая мировая война. Тема 1.3. Эпоха «государства благоденствия». Тема 1.4. От Лиги наций к ООН. Раздел 2. Советский Союз и страны Запада в 60-80 годы XX века. Тема 2.1. «Оттепель» в СССР. Тема 2.2. Внешняя политика Советского Союза в конце 50-70 гг. XX века. Тема 2.3. Становление экономической системы информационного общества на Западе. Тема 2.4. СССР в 70-е начале 80 гг. XX века. Тема 2.5. Международная политика Советского Союза в 70-е-начале 80х гг. Тема 2.6. Интеграционные проекты экономического и политического развития Европы. Тема 2.7. Европейский союз и его развитие. Раздел 3. Современный мир. Тема 3.1. Развитие суверенной России. Тема 3.2. НАТО и другие экономические и политические организации. Тема 3.3. Военно-политические конфликты XX-XXI вв. Тема 3.4. Россия в XXI веке. Тема 3.5. Культура в XX-XXI вв. Основные правовые и законодательные акты мирового сообщества в XX-XXI вв. Тема 3.6. Экономическое, политическое развитие ведущих стран мира. Тема 3.7. Экономическое, политическое развитие ведущих стран мира

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: экзамен в 3 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-7, ОК-8, ОК-9.

ОГСЭ.03. Иностранный язык

Цели и задачи учебной дисциплины:

Основной целью изучения студентами дисциплины «Иностранный язык (английский)» является повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях профессиональной, научной, культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.

Развитие коммуникативной компетенции осуществляется путём формирования у студентов речевых умений говорения, чтения, аудирования, письменной речи.

Формированию умений говорения, чтения, аудирования, письменной речи уделяется разное внимание в зависимости от этапа обучения. При этом сохраняется комплексный подход к формированию у студентов коммуникативных умений, а обучение речевой деятельности рассматривается как единый взаимосвязанный процесс, позволяющий активизировать общие и специфические речевые навыки и умения.

В процессе обучения английскому языку студенты овладевают умением постоянно совершенствовать получаемые языковые знания, вырабатывают навыки пользования справочной литературой на английском языке (толковыми и другими словарями, справочниками, энциклопедиями).

Образовательные и воспитательные цели реализуются постепенно и параллельно с развитием коммуникативной компетенции в течение всего курса обучения английскому языку. Это обеспечивает повышение уровня общей культуры студентов, расширяет их кругозор и дает возможность будущим специалистам достойно представлять свою страну, участвуя в осуществлении межкультурных, научных и деловых связей и с уважением относиться к культурным и духовным ценностям других стран и народов.

Организация учебного процесса призвана способствовать формированию у студентов гуманистического мировоззрения, чувства интернационализма и патриотизма. Эти задачи осуществляются, главным образом, путем подбора учебных материалов соответствующего содержания.

Основные задачи курса дифференцируются в зависимости от следующих двух аспектов, в которых изучается иностранный язык:

1) аспект «Общий язык». В этом аспекте основными задачами являются: развитие навыков восприятия звучащей (монологической и диалогической) речи, развитие навыков устной разговорно-бытовой речи, развитие навыков чтения и письма;

2) аспект «Язык для специальных целей». В этом аспекте решаются задачи: развитие навыков публичной речи (сообщение, доклад, дискуссия), развитие навыков чтения специальной литературы с целью получения профессиональной информации, знакомство с основами реферирования, аннотирования и перевода по специальности, развитие основных навыков письма для подготовки публикаций и ведения переписки по специальности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;

переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности;

самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

лексический (1200 - 1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Человек. Тема 1.1. Я и моя семья. Тема 1.2. Мой университет. Тема 1.3. Отдых и путешествия. Тема 1.4. Реклама как профессия. Тема 1.5.

Внешность и характер человека. Раздел 2. Окружающий мир. Тема 2.1. Реклама и рекламное объявление. Тема 2.2. Еда и приготовление пищи. Тема 2.3. Магазины и покупки. Одежда и аксессуары. Тема 2.4. Праздники, знаменательные события и торжественные церемонии. Раздел 3. Развитие и современное состояние рекламы. Тема 3.1. История рекламы. Реклама в Древнем мире. Тема 3.2 Особенности образа жизни в городе и сельской местности. Тема 3.3. Искусство рекламы. Тема 3.4. Виды рекламы. Тема 3.5 Стратегии рекламного сообщения. Раздел 4. Рекламный продукт. Тема 4.1. Создание рекламного сообщения. Тема 4.2. Слоган, логотип, брэнд и тон в рекламе. Тема 4.3. Значение цвета в рекламе. Тема 4.4. Реклама в СМИ.

Формы текущей аттестации: - 3, 4 семестр письменная контрольная работа.

Форма промежуточной аттестации: зачет в 5 семестре, экзамен в 6 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3 ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10.

ОГСЭ.04. Физическая культура

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;

- основы здорового образа жизни.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: Относится к дисциплинам общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Научно-методические основы формирования физической культуры личности Тема 1.1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Основы здорового образа жизни. Раздел 2. Учебно-практические основы формирования физической культуры личности Тема 2.1. Общая физическая подготовка Тема 2.2. Лёгкая атлетика Тема 2.3. Спортивные игры Тема 2.4. Аэробика (девушки). Атлетическая гимнастика (юноши). Раздел 3. Учебно-тренировочный (физическая культура и спорт для приобретения индивидуального или коллективного практического опыта) Тема 3.1. Основы физической и спортивной подготовки Тема 3.2. Направленность средств, методов и форм физического воспитания Тема 3.3. Профилактические, реабилитационные и восстановительные мероприятия в процессе занятий физическими упражнениями и спортом.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: зачет в 3,4,5,6 семестрах, дифференцированный зачет в 7 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 2, ОК 3, ОК 6, ОК 8, ОК 9, ОК 10.

ОГСЭ.05 История рекламы

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины студент должен уметь:

- соотносить рекламные материалы с определенным этапом в развитии института рекламы, культурой и историей России и других стран;
- оценивать рекламные и иные презентационные материалы на предмет их соответствия исторически сложившимся традициям, нормам и ценностям целевых аудиторий;
- использовать исторический опыт развития рекламы для совершенствования своей деятельности в сфере вербальных и визуальных коммуникаций.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- основные исторические этапы развития рекламы, системные характеристики рекламы в тот или иной исторический период;
- специфику западноевропейской рекламы (исторический аспект);
- специфику российской рекламы (исторический аспект).

Место учебной дисциплины в структуре ООП: входит в вариативную часть общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Тема 1 Введение в дисциплину. Основные понятия. История рекламы как часть всеобщей истории. Тема 2 Генезис рекламной коммуникации: социокультурные и экономические корни, основные этапы. От проторекламы к профессиональному рекламному агентству. Тема 3 Основные исторические этапы развития западноевропейской рекламы. Тема 4 История рекламы в России как часть истории мировой рекламы. Тема 5 Стилиевые особенности русской и советской рекламы. Тема 6 Становление российской рекламной отрасли в 90-е годы XX в. Современные тенденции в рекламной деятельности.

Формы текущей аттестации: контрольная работа, творческое задание, коллоквиум.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 3 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ПК 1.1

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины студент должен уметь:

- методологически грамотно анализировать различные социальные факты;
- в целом понимать современную социально-политическую ситуацию в России и мире;
- сравнивать социально-политические проблемы в различных регионах мира, применяя теоретические знания;
- четко различать формы государственного и общественного устройства;
- формировать собственную социальную и политическую культуру, чтобы применять социологические политологические знания в повседневной жизни и своей профессиональной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен знать:

- объект, предмет, цели, задачи и принципы социологии и политологии;

- основные понятия социологии и политологии;
- социально-политические учения;
- основные общественные институты и их специфику;
- сущность социально-политических процессов в России и мире.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам общего гуманитарного и социально-экономического цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Политология
 Тема 1.1. Политология – наука о политике
 Тема 1.2. Политическая жизнь и политическая система общества
 Тема 1.3. Политические режимы
 Тема 1.4. Государство как важнейший институт политической системы
 Тема 1.5. Политические идеологии и политические партии.
 Тема 1.6. Политические элиты.
 Раздел 2. Социология
 Тема 2.1. Социология – наука об обществе
 Тема 2.2. Общество и культура
 2.2.1 Общество: сущность, типы, развитие.
 2.2.2. Социальная структура общества.
 2.2.3. Культура и цивилизация.
 2.2.4 Социальные процессы.
 2.2.5. Социальные конфликты.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: экзамен в 4 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3 ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10.

3.5. Аннотация программ дисциплин математического и общего естественнонаучного цикла

ЕН.01 Математика

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- применять математические методы для решения профессиональных задач;

- использовать приемы и методы математического анализа и синтеза в различных профессиональных ситуациях;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные понятия и методы математического синтеза и анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: дисциплина входит в цикл математических и общих естественнонаучных дисциплин.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Основы математического анализа
 Тема 1.1. Пределы
 Тема 1.2. Производная функции
 Тема 1.3. Дифференциал функции. Производные и дифференциалы высших порядков
 Тема 1.4. Приложение производных к исследованию функций
 Тема 1.5. Первообразная функции и неопределенный интеграл. Интегрирование подстановкой, по частям. Определенный интеграл
 Тема 1.6. Решение прикладных задач с помощью определенного интеграла
 Тема 1.7. Ряды
 Раздел 2. Основы дискретной математики
 Тема 2.1 Множества
 Тема 2.2 Операции над множествами
 Раздел 3. Теория вероятностей и математическая статистика
 Тема 3.1 Случайные события и их вероятности
 Тема 3.2. Законы распределения случайных величин. Числовые характеристики случайной величины. Нормальный закон распределения

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: экзамен в 3 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10.

ЕН.02. Экологические основы природопользования

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать представление:

о взаимосвязи организмов и среды обитания;

об условиях устойчивого состояния экосистем и причинах возникновения экологического кризиса;

о природных ресурсах России и мониторинге окружающей среды;

об экологических принципах рационального природопользования.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- правовые вопросы экологической безопасности.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам математического и общего естественнонаучного цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Тема 1. Введение в экологию. Принципы природопользования
Тема 2. Антропогенное воздействие на природу. Экологические кризисы и катастрофы.
Тема 3. Законы экологии и природопользования. Тема 4. Современное состояние окружающей среды и здоровья населения России. Тема 5. Мероприятия по защите окружающей среды.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 4 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 11.

ЕН.03. Информатика

Цели и задачи учебной дисциплины:

Рабочая программа ориентирована на достижение следующих целей:

- освоение системы базовых знаний, отражающих вклад информатики в формирование современной научной картины мира, роль информационных процессов в обществе, биологических и технических системах;

- приобретение опыта использования информационных технологий в индивидуальной и коллективной учебной и познавательной, в том числе проектной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- оценивать достоверность информации, сопоставляя различные источники;

- распознавать информационные процессы в различных системах;

- использовать готовые информационные модели, оценивать их соответствие реальному объекту и целям моделирования;

- осуществлять поиск информации в базах данных, компьютерных сетях и пр.;

- соблюдать правила техники безопасности и гигиенические рекомендации при использовании средств ИКТ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- различные подходы к определению понятия «информация»;

- методы измерения количества информации: вероятностный и алфавитный;

- назначение и функции операционных систем.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам математического и общего естественнонаучного цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Информационные технологии в автоматизированной обработке

Раздел 2. Базовые системные программные продукты и пакеты прикладных программ для обработки информации

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: экзамен в 3 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9.

ЕН.04. Информационные технологии в профессиональной деятельности

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- обрабатывать текстовую и числовую информацию;
- применять мультимедийные технологии обработки и представления информации;
- обрабатывать экономическую и статистическую информацию, используя средства пакета прикладных программ;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- назначение и виды информационных технологий, технологии сбора, накопления, обработки, передачи и распространения информации;
- состав, структуру, принципы реализации и функционирования информационных технологий;
- базовые и прикладные информационные технологии;
- инструментальные средства информационных технологий

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам математического и общего естественнонаучного цикла.

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Информация. Информационные системы Раздел 2. Методика работы в текстовом редакторе MicrosoftWord. Раздел 3. Методика работы с электронными таблицами MicrosoftExcel (ЭТ). Раздел 4. Методика работы с базами данных MicrosoftAccess. Раздел 5. Методика работы с презентациями MicrosoftPowerPoint. Раздел 6. Компьютерные комплексы и сети Раздел 7. Информационные справочные системы.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 7 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ОК 11.

3.6. Аннотации программ дисциплин и профессиональных модулей профессионального цикла.

ОП. 01 Рисунок с основами перспективы

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен уметь:
использовать теоретические положения рисунка в профессиональной практике;

выполнять линейные построения предметов, интерьера, улицы, фигуры человека;

выполнять тональный рисунок;

выполнять стилизованную графику, выдерживая единство стиля;

применять изображение фигуры в композиции.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен знать:

основные положения теории перспективы;

способы линейного построения объектов;
конструкцию светотени;
профессиональную методику выполнения графической работы;
приемы графической стилизации;
пропорционирование головы, деталей лица, фигуры и ее частей.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (общепрофессиональные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Тема 1.1. Рисунок – основа видов изобразительного искусства
Тема 1.2. Виды графики в рисунке
Тема 1.3. Материалы исполнения рисунка
Тема 1.4. Практическое выполнение рисунка
Тема 1.5. Простые геометрические формы в рисунке
Тема 2.6. Перспектива
Тема 1.7. Фрагменты помещений в перспективном изображении.

Формы текущей аттестации: письменная работа в 5,6 семестрах.

Форма промежуточной аттестации: экзамен, курсовая работа в 7 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.2.

ОП. 02 Живопись с основами цветоведения

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:
выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи;
использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике;

правильно использовать живописную технику;

выполнять живописный этюд;

выдерживать живописное состояние этюда;

создавать стилизованные изображения с использованием цвета;

использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

основные положения теории цветоведения;

способы создания цветовой композиции;

особенности работы с разными живописными техниками;

способы создания цветом объема и пространства;

методику использования цвета в живописном этюде фигуры;

возможности живописно-графических стилизаций;

методы создания стилизованных живописных изображений;

художественный язык использования цвета в электронном изображении;

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (общепрофессиональные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Тема 1.1. Акварельная живопись, материалы акварели
Тема 1.2. Основы цветоведения
Тема 1.3. Выявление объема в живописи
Тема 1.4. Передача свойств предметов, различных по материалу
Тема 1.5. Контраст в живописи
Тема 2.6. Изображение драпировок со складками
Тема 1.7. Цветовое единство. Цветовой круг

Формы текущей аттестации: письменная работа в 4 семестре.

Форма промежуточной аттестации: экзамен в 5 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 2.1, ПК 2.2.

ОП.03 История изобразительного искусства

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать свои знания в профессиональной деятельности;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- характерные черты художественных стилей различных исторических эпох;

- творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (общепрофессиональные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Искусство первобытной эпохи Раздел 2. Искусство Древнего мира

Раздел 3. История западноевропейского искусства Раздел 4. История искусства стран Востока Раздел 5. История русского искусства Раздел 6. Искусство XX-XXI века.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: экзамен в 5 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9.

ОП.04 Экономика организации

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации;

разрабатывать бизнес-план организации;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;

пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (общепрофессиональные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Тема 1. Рекламная отрасль в условиях рыночной экономики Тема 2. Мировой рынок рекламы. Особенности, состояние, тенденции Тема 3. Взаимодействие рекламы и жизненного цикла товара Тема 4. Рекламное предприятие как субъект экономической деятельности Тема 5. Организация взаимоотношений и управление коллективом на рынке рекламы Тема 6. Организация деятельности рекламного агентства и других предприятий рекламной отрасли Тема 7. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций Тема 8. Медиапланирование на рынке рекламы Тема 9. Планирование рекламной кампании Тема 10. Финансовая политика предприятий рекламной отрасли Тема

11. Бизнес-план предприятия, функционирующего на рынке рекламы Тема 12. Оценка экономической эффективности рекламной деятельности.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: экзамен в 6 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 3.1.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

основные составляющие здорового образа жизни и их влияние на безопасность жизнедеятельности личности; репродуктивное здоровье и факторы, влияющие на него;

потенциальные опасности природного, техногенного и социального происхождения, характерные для региона проживания;

основные задачи государственных служб по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера;

основы российского законодательства об обороне государства и воинской обязанности граждан;

порядок первоначальной постановки на воинский учет, медицинского освидетельствования, призыва на военную службу;

состав и предназначение Вооруженных Сил Российской Федерации; основные права и обязанности граждан до призыва на военную службу, во время прохождения военной службы и пребывания в запасе;

основные виды военно-профессиональной деятельности; особенности прохождения военной службы по призыву и контракту, альтернативной гражданской службы;

требования, предъявляемые военной службой к уровню подготовленности призывника;

предназначение, структуру и задачи РСЧС;

предназначение, структуру и задачи гражданской обороны.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

владеть способами защиты населения от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера;

пользоваться средствами индивидуальной и коллективной защиты;

оценивать уровень своей подготовленности и осуществлять осознанное самоопределение по отношению к военной службе;

использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни для:

ведения здорового образа жизни;

оказания первой медицинской помощи;

развития в себе духовных и физических качеств, необходимых для военной службы;

вызова (обращения за помощью) в случае необходимости в соответствующие службы экстренной помощи.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (общепрофессиональные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Государственная система обеспечения безопасности населения. Тема 1.1. Правила поведения в условиях чрезвычайных ситуаций. Тема 1.2. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС). Тема 1.3. Гражданская оборона – составная часть обороноспособности страны. Тема 1.4. Государственные службы по охране здоровья и безопасности граждан. Раздел 2. Обеспечение личной безопасности и сохранение здоровья. Тема 2.1. Здоровье и здоровый образ жизни. Факторы способствующие укреплению здоровья. Тема 2.2. Вредные привычки и их

профилактика. Тема 2.3. Репродуктивное здоровье. Основные инфекционные болезни, их классификация и профилактика Тема 2.4. Первая медицинская помощь
Раздел 3. Основы обороны государства и воинская обязанность. Тема 3.1. История создания Вооруженных Сил России. Тема 3.2. Организационная структура Вооруженных Сил. Тема 3.3. Воинская обязанность. Тема 3.4.- Военнослужащий-защитник своего Отечества. Тема 3.5. Военно-профессиональная ориентация. Как стать офицером Российской армии. Тема 3.6. Воинские символы и боевые традиции Вооруженных Сил России. 3.7 Символы воинской чести. 3.8 Ритуалы Вооруженных Сил Российской Федерации.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 4 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 3, ОК 6, ОК 7, ОК 9, ПК 4.1.

ОП.06 Сервисная деятельность

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель - создание системы знаний о сервисной деятельности, услугах, формах обслуживания, способах формирования новых услуг и прогрессивных методах обслуживания. Ознакомление студентов с современным рынком услуг, особенностями сферы социально-культурного сервиса с учетом потребностей потребителей и правовых норм, перспективами развития сервиса в различных регионах России, странах мира, связь сервисной деятельности с рекламной деятельностью.

Задачи:

1. Формирование представления о сервисной деятельности.
2. Развитие целостного научного представления об основных составляющих сервисной деятельности.
3. Определение места сервиса в жизнедеятельности человека формирование умения выражать и обосновывать свою позицию по вопросам касательно области сервисной деятельности.
4. Рассмотрение основных видов сервисной деятельности.
5. Ознакомление студентов с вопросами взаимоотношений между работником предприятия сферы сервиса и клиентом, в контактной зоне, раскрытие основных факторов культуры обслуживания.
6. Раскрытие основных механизмов и стратегии конкурентной борьбы в сфере сервиса.
7. Рассмотрение проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса.
8. Формирование профессионального интереса к кругу проблем в области сервисной деятельности.
9. Ориентирование студентов на самостоятельное, углубленное изучение специальной литературы.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (обще профессиональные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Теоретические и методологические основы сервисной деятельности
Тема 1.1 Теоретические и методологические основы сервисной деятельности
Тема 1.2. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Тема 1.3. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности. Раздел 2. Организация сервисной деятельности. Тема 2.1 Понятие «контактной зоны» как сферы реализации

сервисной деятельности Тема 2.2 Классификация сервисной деятельности и организация сервисной деятельности. Раздел 3. Качество услуг Тема 3. Качество услуг Тема 3.2. Новые виды услуг и прогрессивные формы обслуживания населения

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 6 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ПК 4.1, ПК 4.3.

ОП.07 История и теория дизайна

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины студент должен уметь:

- различать художественные стили;
- анализировать произведения в различных видах дизайна;
- определять уместность того или иного стиля в рамках создания рекламного продукта.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- отличия дизайна от искусства;
- основные этапы развития дизайна;
- основные закономерности развития дизайна;
- специфику выразительных средств различных видов проектирования;
- основные методы организации творческого процесса дизайнеров;
- особенности различных стилевых направлений

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (обще профессиональные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел I. Место дизайна в системе культуры

Раздел II. История дизайна.

Раздел III. Дизайн как проектно-художественная деятельность.

Основные виды современного дизайнерского творчества

Раздел IV. Рекламный и медиа-дизайн в производстве информационного продукта.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 3 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 2.1.

ОП.08 Документационное обеспечение управления

Цели и задачи учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- составлять документы в соответствии с требованиями государственных стандартов;
- унифицировать тексты документов;
- анализировать формуляр документа.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- документоведческую терминологию;
- основные нормативно-методические материалы по документированию управленческой деятельности;
- закономерности развития документа и систем документации;
- правила составления и оформления документов;

- порядок организации документов в комплексы.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (обще профессиональные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Тема 1. Понятия “информация” и “документ” Тема 2. Функции документа Тема 3. Способы документирования Раздел 2. Тема 4. Носители информации Тема 5. Документообразующие признаки и варианты документа (черновик, оригинал, копия) Тема 6. Структура документа Тема 8. Формуляр современного управленческого документа Раздел 3. Тема 9. Системы документации Тема 10. Унифицированные системы документации

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 4 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 11, ПК 1.4, ПК 4.1, ПК 4.3.

ОП.09 Социология рекламной деятельности

Цели и задачи учебной дисциплины:

Изучение студентами функционирования института рекламы в современном социуме, ее цели и средства воздействия на аудиторию, анализ эффективности рекламы, а также ознакомление с арсеналом методов социологического исследования рекламной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- применять социологические методы для решения профессиональных задач;

методологически грамотно анализировать особенности и предпочтения целевых аудиторий рекламного воздействия;

- проводить социологические исследования в области рекламного рынка, используя различные методы.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен знать:

объект, предмет, цели, задачи и принципы социологических исследований рекламного рынка;

основные термины социологии и методы проведения социологического анализа;

основные институты рынка рекламы и их специфику;

сущность процессов, происходящих на рекламном рынке (российском и мировом) и тенденции развития рынка рекламы.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (обще профессиональные дисциплины).

Краткое содержание (дидактические единицы) учебной дисциплины:

Раздел 1. Тема 1. Социологические условия появления рекламы как массового явления Тема 2. Функции рекламы. Правовое регулирование рекламы. Тема 3. Реклама и ценностные ориентации общества Раздел 2. Тема 4. Массовое сознание как объект рекламной деятельности и социологических исследований в системе рыночных отношений Тема 5. Изучение аудитории рекламы. Типы потребителей. Тема 6. Социологические факторы восприятия рекламы Раздел 3. Тема 7. Классификация и характеристика основных методов и методик исследования рекламной деятельности Тема 8. Социологическое обеспечение рекламной кампании Тема 9. Социальное влияние рекламы Тема 10. Социальная реклама.

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 4 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 4.1, ПК 4.2.

ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

В ПМ 01 входят междисциплинарные курсы:

МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

МДК 01.03 Язык рекламы

МДК 01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

МДК 01.05 Фотодизайн и техника фотографии

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- создания различных композиций;
- по прикладным проблемам психологии рекламы;
- по общим правилам оформления конструкторской документации;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно–изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;
- использовать различные эффективные способы ведения рекламной деятельности;
- видеть достоинства и недостатки своей и чужой рекламной продукции и оценивать ее эффективность;
- правильно оформлять конструкторскую документацию;
- выполнять геометрические построения;
- правильно изображать на чертежах основные виды построение третьей проекции, дополнительные и частичные виды;
- правильно наносить размеры на чертежах и проектах;
- классифицировать разрезы и сечения, а также правильно их выполнять;
- мысленно «видеть» свою композицию в законченном виде;
- использовать способы создания различных видов композиций;
- решать несложные композиционные задачи при создании рекламы;
- разрабатывать и осваивать новшества в рекламной практике, обоснованно выбирать и применять различные способы совершенствования рекламной деятельности;
- формировать обобщенные общепрофессиональные умения, освоение которых способствует ценностному осмыслению экономической реальности и становлению профессиональной компетентности специалиста в области рекламных технологий;

- развивать умения проектировать индивидуальный маршрут в профессиональном образовании;
- формировать готовность заниматься профессиональной деятельностью и использовать ее возможности в других сферах;

знать:

- 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;
- различные технологии рекламной деятельности;
- общие требования к рекламе;
- методы и технологии современной рекламной деятельности и овладение на этой основе элементарными умениями в области рекламных технологий;
- проблемы в области современной рекламы и новейшие достижения современной науки в решении рекламных проектов и частных задач, связанных с рекламной деятельностью;
- способы разработки и освоения новшеств в рекламной практике;
- основные виды композиции и свойства объемно-пространственных форм;
- закономерности построения моделей рекламного продукта;
- средства и приемы достижения композиционных целей при создании наглядной рекламы;
- различные технологии рекламной деятельности;
- общие требования к рекламе;
- роль рекламы в развитии современного общества;
- историю развития рекламы в России и за рубежом;
- виды рекламной деятельности;
- коммуникативные аспекты деятельности основных операторов рекламного рынка;
- понятие «бренд» и его значение в рекламной деятельности;
- виды и средства распространения рекламы;
- способы отражения пространственных объектов на плоскости и свойства получения отображений;
- способы преобразования отражений на чертеже;
- методы, позволяющие определить пересечение (точки, линии) прямых и поверхностей;
- основы получения наглядных (аксонометрических) проекций и их виды;
- способы построения ломанных кривых и сопряжения линий;
- основные правила выполнения чертежей;
- способы построения разрезов и сечений.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (профессиональные модули).

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации ПМ: квалификационный экзамен по профессиональному модулю в 4 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5.

ПМ 02. Производство рекламной продукции

В ПМ 02 входят междисциплинарные курсы:

- МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
- МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
- МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
- МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео
- МДК.02.05 Мультимедийные технологии
- МДК.02.06 Обработка текстовой информации

Цели и задачи учебной дисциплины:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- 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 и производства рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- развития основных информационно-креативных умений, связанных с получением, переработкой и освоением информации, полученной из различных источников (монографий, учебников, научно-популярной литературы, художественных и публицистических произведений, СМИ, электронных средств массовой информации и др.);
- развивать умения проектировать индивидуальный маршрут в профессиональном образовании;
- формирования готовности заниматься профессиональной деятельностью и использовать ее возможности в других сферах;
- самостоятельно вести поиск и отбор информации в целях эффективной организации собственной деятельности и деятельности в фокус-группах, обеспечивающей высокий уровень компетентности в области рекламных технологий;
- владения навыками технической стороны фото процесса.

уметь:

- 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;
- использовать полученные знания в профессионально-практической деятельности связанной с рекламными технологиями;
- использовать новейшие достижения современной науки в решении рекламных проектов и частных задач, связанных с рекламной деятельностью;

- разрабатывать и осваивать новшества в рекламной практике, обоснованно выбирать и применять различные способы совершенствования рекламной деятельности;
 - правильно пользоваться, выставлять время экспозиции, определять глубину резкости, выбирать необходимый объектив, тип пленки и бумаги, пользоваться вспышкой;
 - использовать экспонометры для правильной установки экспозиции при фотосъемке, практически применять все этапы процесса проявки и печати;
 - использовать законы композиции в фотосъемке;
 - осуществлять видеосъемку в рекламе;
 - оптимально выражать свои чувства и мысли в целях воздействия на работодателя;
 - использовать практические навыки руководства творческим процессом;
 - создавать средствами векторной графики с помощью программы Corel Draw художественно графические объекты, используемые в полиграфии, web-дизайне, в мульти- медиаприложениях;
 - применять все инструменты пакета растровой графики для работы с объектами;
 - сканировать и печатать изображение;
 - подготавливать изображение для сети;
 - владеть инструментами и создавать графические материалы средствами векторной и растровой графики;
 - творчески подходить к созданию эффектов в программе Photoshop.
- знать:**
- 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;
 - технологию создания Интернет-рекламы;
 - аппаратное и программное обеспечение;
 - об особенностях дизайн-деятельности в сфере рекламных технологий;
 - о нормативных и законодательных основах профессиональной рекламной деятельности;
 - средства визуальной коммуникации суперграфики;
 - технологии 3D моделирования;
 - законы построения композиции в фотографии, составные элементы композиции;
 - программный пакет обработки фотоизображений Photoshop, технические возможности, корректура;
 - основы сценарного и режиссерского мастерства;
 - основы драматургии и технологию написания сценария рекламного ролика;
 - основные приемы и выразительные средства режиссуры рекламных роликов;
 - приемы и технологию работы с актером рекламного ролика;
 - этапы работы режиссера над организацией и воплощением замысла видеорекламы или видеофильма;
 - основные понятия и термины, связанные с растровой и векторной графикой;

- назначение всех инструментов для рисования и редактирования изображений;
- инструменты пакета растровой и векторной графики для работы с объектами;
- сферу применения растровой и векторной графики;
- расширенные возможности пакетов растровой и векторной графики для создания прикладных материалов;
- тенденции развития пакетов векторной и растровой графики;
- интерфейс программ.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (профессиональные модули).

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: квалификационный экзамен по профессиональному модулю в 6 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11.

ПМ 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

В ПМ 03 входят междисциплинарные курсы:

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации

Цели и задачи модуля:

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выявление требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;
- разрабатывать стратегию рекламы по каждому продукту и план проведения соответствующей рекламной компании;
- разрабатывать и осваивать новшества в практике разработки и проведения рекламных кампаний, обоснованно выбирать и применять различные способы совершенствования рекламной деятельности;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- исследовать структуру, состав и особенности работы сбытовой сети, обслуживающей потенциальные рынки;
- самостоятельно вести поиск и отбор информации в целях эффективной организации рекламных кампаний;

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка;
- особенности установления эффективных коммуникаций с деятелями рынка и потребителями;

- проблемы в области современной рекламы и новейшие достижения современной науки в решении рекламных проектов и частных задач, связанных с разработкой и проведением рекламных кампаний.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (профессиональные модули).

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: квалификационный экзамен по профессиональному модулю в 8 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 3.1, ПК 3.2, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9.

ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

В ПМ 04 входят междисциплинарные курсы:

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

Цели и задачи учебной дисциплины:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- планирование, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирование соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры, согласование макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентации рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;
- реализовать функции менеджмента в рекламной деятельности;
- принимать управленческие решения;
- использовать нормативную правовую информацию и справочный материал в своей профессиональной деятельности специалиста по рекламе;
- пользоваться системой стандартов в целях сертификации новой рекламной продукции;
- работать с технической документацией;
- дать анализ и оценку классификации услуг в рекламном сервисе;
- применять знания правил профессионально-служебной этики в практической деятельности специалиста по рекламе;
- унифицировать, проектировать формы документов, системы документации, внедрять унифицированные системы документации в практику;

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования, материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента;
- функции, виды и психологию менеджмента;
- особенности менеджмента в рекламе;
- принципы построения международных и отечественных стандартов, правила пользования ими;
- систему, порядок и правила сертификации;
- сущность сервисной деятельности в рекламе;
- сервисные инновации и технологии в рекламной деятельности;
- законы и терминологию документоведения, закономерности документообразования;
- методы рационализации делопроизводства и внедрения новых автоматизированных информационных технологий.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (профессиональные модули)

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: квалификационный экзамен по профессиональному модулю в 8 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11.

ПМ 05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

В ПМ 05 входят междисциплинарные курсы:

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг

Цели и задачи учебной дисциплины:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- использование современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы.

уметь:

- общаться с коллегами, руководством, деловыми партнерами и клиентами;
- пользоваться вербальными и невербальными средствами общения;
- применять основные правила и нормы поведенческого этикета;

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- применять средства связи;
- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности.

знать:

- основные этапы истории рекламной коммуникации (от древнейших времен к новейшему времени);
- основные группы рекламы и ведущие жанры рекламного творчества;
- основы эстетической и этической культур;
- основы психологии общения;
- основы делового имиджа;
- элементы речевого этикета и основные требования к речи;
- требования к ведению делового диалога по телефону;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения показанию рекламных услуг;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационная структура организаций;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: относится к дисциплинам профессионального цикла (профессиональные модули)

Формы текущей аттестации: -

Форма промежуточной аттестации: квалификационный экзамен по профессиональному модулю в 8 семестре.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: 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.

3.7. Аннотация программ учебной и производственной практик (в т.ч. преддипломной)

Учебная практика по профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта

Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», учебная практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели учебной практики:

- получение профессиональных знаний о специфике разработки и создания рекламной продукции.

Задачи учебной практики:

- ознакомление обучающихся с работой дизайнера и копирайтера;
- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по художественному проектированию, написанию рекламных текстов.

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 1.1, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5.

В результате учебной практики по профессиональному модулю обучающийся должен:

уметь:

осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

составлять рекламные тексты;

знать:

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.

Количество часов на освоение учебной практики в рамках освоения ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» - 72 часа.

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

Время проведения учебной практики: 4 семестр.

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели производственной практики:

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций и практического опыта в условиях работы на рекламных предприятиях.

- приобретение практического опыта разработки и создания рекламной продукции.

- получение практического опыта в процессе выбора художественной формы реализации рекламной идеи.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 9.

Для овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

Количество часов на освоение производственной практики в рамках освоения ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» - 108 часов.

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

Время проведения производственной практики: 4 семестр.

Учебная практика по профессиональному модулю ПМ.02 Производство рекламной продукции

Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели учебной практики:

- получение профессиональных знаний о специфике производства рекламной продукции.

Задачи учебной практики:

- ознакомление обучающихся с работой дизайнера, копирайтера, рекламного фотографа, режиссера, оператора.
- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по технике и технологии рекламной фотографии/рекламного видео, по проектной компьютерной графике и мультимедиа.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

уметь:

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;

знать:

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;
технология создания Интернет-рекламы;
аппаратное и программное обеспечение.

Количество часов на освоение учебной практики в рамках освоения ПМ.02 «Производство рекламной продукции» - 72 часа.

Место и время проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 6 семестр.

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ.02 Производство рекламной продукции

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели производственной практики:

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 02 в условиях работы на рекламных предприятиях;
- приобретение практического опыта производства рекламной продукции.

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

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;
производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

уметь:

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;

знать:

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;
аппаратное и программное обеспечение.

Количество часов на освоение производственной практики в рамках освоения ПМ.02 «Производство рекламной продукции» - 108 часов.

Место и время проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 6 семестр.

Учебная практика по профессиональному модулю ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели учебной практики:

- получение профессиональных знаний о специфике проведения маркетинговых исследований; получение профессиональных знаний в области правового обеспечения рекламной деятельности.

Задачи учебной практики:

- ознакомление обучающихся с работой маркетолога;
- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по медиапланированию, маркетингу и праву в области рекламной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 3.1, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5.

В результате учебной практики по профессиональному модулю обучающийся должен:

уметь:

проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
выбирать оптимальные медиаканалы;
работать с нормативными документами в области рекламы.

знать:

задачи, цели и общие требования к рекламе;
принципы и правила проведения маркетинговых исследований;
нормативные документы, регулирующие рекламную деятельность.

Количество часов на освоение учебной практики в рамках освоения ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» - 72 часа.

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

Время проведения учебной практики: 8 семестр

**Производственная практика по профессиональному модулю ПМ.03
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели производственной практики:

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 03.
- приобретение практического опыта по проведению маркетинговых исследований по правовому обеспечению при реализации рекламного продукта.

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 3.1, ПК 3.2, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9.

Для овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

Количество часов на освоение производственной практики в рамках освоения ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» - 144 часа.

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

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

Учебная практика по профессиональному модулю ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели учебной практики:

- получение профессиональных знаний о сущности современного менеджмента в рекламном бизнесе.

Задачи учебной практики:

- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по менеджменту и экономическим основам рекламной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 4.1, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

уметь:

составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

работать с рекламой в средствах массовой информации;

проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

проводить презентацию рекламного продукта;

подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;

пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

аспекты планирования рекламы;

этапы принятия и реализации управленческих решений;

классификацию целей менеджмента.

Количество часов на освоение учебной практики в рамках освоения ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» - 72 часа.

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

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели производственной практики:

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 04. в условиях работы на рекламных предприятиях;

- приобретение практического опыта по взаимодействию с субъектами рекламного рынка по подготовке документации для регистрации авторского права.

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
работать с рекламой в средствах массовой информации;
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
проводить презентацию рекламного продукта;
подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
аспекты планирования рекламы;
этапы принятия и реализации управленческих решений;
классификацию целей менеджмента.

Количество часов на освоение производственной практики в рамках освоения ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» - 108 часов.

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

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

Учебная практика по профессиональному модулю ПМ 05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный

Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.05 «Выполнение работ по профессии Агент рекламный», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели учебной практики:

- получение профессиональных знаний о сущности работы по профессии Агент рекламный.

Задачи учебной практики:

- закрепление и углубление полученных теоретических знаний в области рекламной деятельности.

Форма промежуточной аттестации: *зачет.*

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 5.1, ОК 1, ОК 4.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

уметь:

- контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры.

знать:

- 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;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия на человека.

Количество часов на освоение учебной практики в рамках освоения ПМ.05 «Выполнение работ по профессии Агент рекламный» - 72 часа.

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

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ 05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.05 «Выполнение работ по профессии агент рекламный», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели производственной практики:

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 05. в условиях работы на рекламных предприятиях.

Форма промежуточной аттестации: *дифференцированный зачет.*

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5, ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4.

Для овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа;
- организации связи со СМИ.

уметь:

- контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;

- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;

знать:

- 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;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия на человека.

Количество часов на освоение производственной практики в рамках освоения ПМ.05 «Выполнение работ по профессии агент рекламный» - 144 часа.

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

Время проведения производственной практики: 8 семестр.

Производственная практика (преддипломная)

Практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели производственной практики (преддипломной): углубление первоначального профессионального опыта обучающимися; развитие общих и профессиональных компетенций; проверка у обучающихся готовности к самостоятельной трудовой деятельности; подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы (дипломного проекта или дипломной работы) в организациях различных организационно-правовых форм.

Форма контроля производственной практики: *дифференцированный зачет.*

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 3.1, ПК 3.2, ОК 2, ОК 4, ОК 8.

Для овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен уметь:

- разрабатывать авторские рекламные проекты;
- составлять и оформлять тексты рекламных объявлений;
- создавать визуальные образы с рекламными функциями;
- создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии;
- исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале;
- выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка;
- разрабатывать средства продвижения рекламного продукта;
- организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;
- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
- самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

Количество часов на освоение производственной практики (преддипломной) - 144 часа.

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

Время проведения производственной практики (преддипломной): 8 семестр.

4. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Ресурсное обеспечение ОПОП, формируется на основе требований к условиям реализации основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования, определяемых ФГОС СПО по данной специальности, с учетом рекомендаций ПрОПОП: библиотечно-информационное (Приложение 1), материально-техническое (Приложение 2). С учетом конкретных особенностей, связанных с профилем данной основной профессиональной образовательной программы, приведена краткая характеристика привлекаемых к обучению педагогических кадров (Приложение 3).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за период обучения, фиксацию результатов промежуточной аттестации;

- доступ к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) ППСЗ в соответствии с ФГОС.

5. ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

В Университете созданы условия для активной жизнедеятельности обучающихся, для гражданского самоопределения и самореализации, для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, духовном, культурном и нравственном развитии.

В Университете сформирована система социальной и воспитательной работы.

Функционируют следующие структурные подразделения:

Управление по социальной и воспитательной работе (УВСП);

Штаб студенческих трудовых отрядов;

Центр молодежных инициатив;

Психолого-консультационная служба (в составе УВСП);

Спортивный клуб (в составе УВСП);

Концертный зал ВГУ (в составе УВСП);

Фотографический центр (в составе УВСП);

Оздоровительно-спортивный комплекс (в составе УВСП);

Системная работа ведется в активном взаимодействии с

Профсоюзной организацией студентов:

Объединенным советом обучающихся;

Студенческим советом студгородка;

музеями ВГУ;

двумя дискуссионными клубами;

туристским клубом «Белая гора»;

клубом интеллектуальных игр;

четырьмя волонтерскими организациями;

Управлением по молодежной политике Администрации Воронежской области;

Молодежным правительством Воронежской области;

Молодежным парламентом Воронежской области.

В составе Молодежного правительства и Молодежного парламента 60% - это студенты Университета.

В Университете 8 студенческих общежитий.

Работают 30 спортивных секций по 34 видам спорта.

Студентам предоставлена возможность летнего отдыха в спортивно-оздоровительном комплексе «Веневитиново», г. Анапе, на острове Корфу (Греция). Организуются экскурсионные поездки по городам России, бесплатное посещение театров, музеев, выставок, ледовых катков, спортивных матчей, бассейнов.

Работает Центр развития карьеры.

В Университете реализуются социальные программы для студентов, в том числе выделение материальной помощи малообеспеченным и нуждающимся, социальная поддержка отдельных категорий обучающихся.

6. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6.1. Контроль и оценка достижений обучающихся

В соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама оценка качества освоения обучающимися ОПОП включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую государственную аттестацию выпускников.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация

Текущий контроль результатов подготовки осуществляется преподавателем и/или обучающимся в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также выполнения индивидуальных домашних заданий или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о:

- выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности;
- правильности выполнения требуемых действий;
- соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала;
- формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (автоматизированности, быстроты выполнения и др.) и т.д.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с «Положение о порядке организации и осуществления образовательной деятельности, текущей, промежуточной и итоговой аттестации по основным профессиональным образовательным программам среднего профессионального образования в Воронежском государственном университете». Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ППССЗ (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) созданы фонды оценочных средств, позволяющие оценить умения, знания, практический опыт и освоенные компетенции. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ/проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень знания, умения и уровень приобретенных компетенций обучающихся. Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации отражены в рабочих программах профессиональных модулей, учебных и производственных практик, рабочих программах учебных дисциплин и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

Для максимального приближения образовательной программы к условиям профессиональной деятельности активно привлекаются работодатели – входят в состав комиссий при приеме квалификационных экзаменов и государственной итоговой аттестации, осуществляют экспертизу и рецензирование рабочих программ дисциплин, профессиональных модулей.

Обязательной формой промежуточной аттестации по профессиональному модулю является экзамен квалификационный, цель которого - проверка готовности обучающегося к выполнению указанного вида профессиональной деятельности, освоение обучающимися компетенций (общих, профессиональных) по профессиональному модулю. Экзамен квалификационный проводится как процедура внешнего оценивания с участием представителей работодателей. Для

проведения квалификационного экзамена разрабатываются комплекты контрольно-оценочных средств. Задания носят практико-ориентированный комплексный характер, направленный на решение профессиональных задач. К экзамену квалификационному допускаются студенты, успешно освоившие все элементы профессионального модуля: междисциплинарные курсы, учебную и производственную практику за период изучения ПМ в соответствии с учебным планом.

6.2. Организация государственной итоговой аттестации выпускников

Государственная итоговая аттестация включает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы (дипломная работа).

Обязательное требование - соответствие тематики выпускной квалификационной работы содержанию одного или нескольких профессиональных модулей. ВКР выпускника по специальности 42.02.01 «Реклама» является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Тематика ВКР должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей. Закрепление за студентами тем ВКР, назначение руководителей осуществляется распоряжением декана факультета.

В целях определения соответствия результатов освоения студентами ОП СПО соответствующим требованиям ФГОС государственная итоговая аттестация (ГИА) проводится государственными экзаменационными комиссиями (ГЭК).

Защита ВКР проводится на открытых заседаниях ГЭК.

К защите ВКР допускается студент, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план.

6.3. Порядок выполнения и защиты выпускной квалификационной работы

Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательной программе среднего профессионального образования регламентируется Положением ВГУ «О порядке организации и осуществления образовательной деятельности, текущей, промежуточной и итоговой аттестации по основным профессиональным образовательным программам среднего профессионального образования в Воронежском государственном университете» и проводится в соответствии с П ВГУ 2.2.08 – 2020 Положение о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования в Воронежском государственном университете

Формой ГИА по ППССЗ является защита выпускной квалификационной работы (ВКР). ВКР способствует систематизации и закреплению знаний выпускника по специальности при решении конкретных задач и выяснению уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе. ВКР по ППССЗ выполняется в виде дипломной работы. Темы ВКР определяются профилирующей кафедрой (кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна) и утверждаются на заседании кафедры. Студенту предоставляется право выбора темы ВКР, в том числе предложение своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Тематика ВКР соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей. Защита ВКР проводится на открытых заседаниях ГЭК с участием не менее двух третей ее состава.

Готовность ВКР к защите определяется решением заседания кафедры не позднее, чем за 2 недели до установленной даты защиты.

За 2 недели до установленного срока защиты секретарю ГЭК представляется подготовленная дипломная работа с отзывом научного руководителя и рецензией. Работа считается готовой при наличии на титульном листе подписей исполнителя, руководителя (консультанта) и рецензента.

Допуск к защите фиксируется подписью декана факультета на титульном листе.

В ГЭК до начала заседания экзаменационной комиссии по защите дипломной работы предоставляются следующие документы:

- дипломная работа;
- отзыв руководителя работы;
- рецензия на дипломную работу;
- другие материалы, характеризующие научную и практическую деятельность выпускника.

Процедура защиты ВКР

Защита дипломной работы проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава и председателя ГЭК. Присутствие руководителя и рецензента (или одного из них) является необходимым. Отзыв или рецензию отсутствующего автора зачитывает секретарь ГЭК.

По завершении защиты всех запланированных на данное заседание ВКР на закрытом совещании ГЭК подводит итоги и выставляет оценки по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим. Результаты объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационной комиссии и вносятся в зачетные книжки и ведомости. Оценка «неудовлетворительно» выставляется только в ведомость.

Примерные темы ВКР:

1. Психология восприятия рекламы (опыт социологического анализа).
2. Формирование бренда в индустрии красоты (на примере салонов красоты "Натали").
3. Коммуникативные стратегии органов государственной власти (на примере проекта "Открытое правительство").
4. Маркетинговые коммуникации в концертной деятельности.
5. Реклама как метод управления потребителем.
6. Эффективность современных рекламных кампаний (на примере START-UP компаний).
7. Создание и поддержание благоприятного имиджа организации в современных условиях на примере танцевальной студии "INFINITY".
8. Технологии формирования бренда на региональном уровне (на примере компании "Русский Аппетит").
9. Портретная фотография в современной журнальной рекламе.
10. Разработка мультимедийного продукта (на примере портала для студентов Воронежа "P.S. - ПЯТЬ СОВ").
11. Технологии формирования бренда в сети Интернет (на примере проекта "Денежный поток").
12. Объективация человеческого тела в рекламе.
13. Современная фотосъемка в экстремальных условиях.
14. Фотопейзаж в журнальной рекламе.
15. Технология и приемы создания фоторекламы.
16. Роль фотографии в журнале (на примере журнала VOGUE").

17. Семиотика цвета логотипа, как фактор позитивного восприятия торговой марки.
18. Анализ имиджа футбольной региональной команды на примере ФК "Факел".
19. Восприятие визуальных образов на примере рекламных фотографий.
20. Опыт реализации социальных проектов (на примере деятельности БФ "Столица Милосердия").
21. Социальная реклама МЧС в ВУЗах г. Воронежа.
22. Инструменты формирования позитивного имиджа компании (на примере сити-парка "ГРАД").
23. Реклама и искусство (на примере творческой и креативной рекламы XX-XXI вв.).

Критерии оценки ВКР

1. Степень законченности дипломной работы. Наличие в тексте результатов теоретического (обзор и анализ существующих теоретических концепций по теме исследования, постановка проблемы) и эмпирического исследования (эксперимент, корреляционное исследование и пр.).

2. Актуальность проблемы исследования, практическая значимость и их обоснование.

3. Научная новизна проведенных исследований.

4. Соответствие структуры и содержания дипломной работы поставленным целям и выдвинутым задачам исследования, отраженным в задании кафедры.

5. Грамотность, логическая последовательность и систематичность изложения, сбалансированность теоретической и экспериментальной частей исследования.

6. Методическая обоснованность эксперимента. Соответствие методов целям исследования, адекватность количественного и качественного оценивания, точность количественных измерений, современный арсенал математических методов, факторного, кластерного анализов, адекватных статистических критериев.

7. Качество оформления текста и списка литературы. Оформление в соответствии с требованиями действующих ГОСТов.

8. Качество защиты. Четкость и ясность устного выступления, знание своей работы и современного состояния исследуемой проблемы, аргументированность ответов на вопросы. Использование иллюстративного материала (схем, диаграмм, таблиц и пр.).

Диагностическая шкала оценки ВК

Оценка дипломной работы проводится по четырехбальной шкале

Критерий	Оценка			
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
1. Четкость теоретических и эмпирических компонентов исследования	Достаточная четкость обоих компонентов	Достаточная четкость компонентов теоретического характера, и недостаточная экспериментальная	Достаточная четкость компонентов экспериментального характера и недостаточная -теоретическая	Имеется четкость лишь отдельных понятий, понятия расплывчатые, нет теоретических обоснований
2. Обоснованность решений проблемы исследования, анализ проблемы	Решение проблемы обосновано полностью и тщательно, анализ проблемы полный	Решение проблемы вполне обосновано, анализ проблемы недостаточно полный	Решение проблемы обосновано частично, даны отрывочные сведения о проблеме исследования	Решение проблемы не обосновано
3. Взаимосвязь	Все части	Решение задач	Решение задач в целом	Задачи исследования не

решаемых задач	исследования взаимосвязаны и соотнесены с более общей научной проблемой	взаимосвязано, но недостаточна связь с более общей научной проблемой	взаимосвязано, но наблюдается относительная изолированность частей исследования	решены, имеется фрагментарная связь между отдельными задачами и частями исследования
4. Уровень проведения эксперимента	Очень высокий: методики и уровень исследований полностью соответствуют его целям и задачам; количественное и качественное оценивание адекватно и точно; - выборка репрезентативна	Высокий: методики и уровень исследований в достаточной степени соответствуют его целям и задачам; оценивание не вполне точное; выборка репрезентативна	Средний: методики и уровень исследований не полностью соответствуют целям и задачам; экспериментальное исследование проведено с нарушением отдельных процедур; выборка нерепрезентативна	Низкий: методики и уровень исследований полностью не соответствуют его целям и задачам; экспериментальное исследование отсутствует; выборка нерепрезентативна
5. Качество математической обработки результатов	Высокое: расчеты эмпирических данных осуществлены с применением корреляционного, дисперсионного, факторного, кластерного и др. видов анализа, используются адекватные статистические критерии		Низкое: математическая обработка результатов упрощенная, используемые статистические критерии не адекватны целям и задачам	Математическая обработка результатов примитивная (проценты и т.п.) или отсутствует
6. Качество оформления дипломной работы	Очень высокое: работа оформлена в соответствии с ГОСТом или имеются не более 2 незначительных отклонений от ГОСТа	Высокое: имеются не более одного нарушения и двух незначительных отклонений от ГОСТа	Среднее: имеются не более двух нарушения ГОСТа	Низкое: имеются грубые нарушения ГОСТа
7. Выступление по защите дипломной работы	- ясное, четкое изложение содержания; - отсутствие противоречивой информации; - демонстрация знания своей работы и умения отвечать на вопросы	- четкое изложение содержания, излишне краткое изложение выводов; - отсутствие противоречивой информации; - демонстрация знания своей работы и умения отвечать на вопросы	- пространное изложение содержания, фрагментарный доклад с очень краткими или отсутствующими выводами; - путаница в научных понятиях; - отсутствие ответов на ряд вопросов	- пространное изложение содержания, фрагментарный доклад, в котором отсутствуют выводы; - путаница в научных понятиях; - отсутствие ответов на ряд вопросов; - демонстрация отсутствия знаний своей работы

7. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ, КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

7.1. Цель и задачи программы:

Цель программы – воспитание высоконравственной, духовно развитой и физически здоровой личности, обладающей социально и профессионально

значимыми личностными качествами и компетенциями, способной творчески осуществлять профессиональную деятельность и нести моральную ответственность за принимаемые решения в соответствии с социокультурными и духовно-нравственными ценностями.

Задачи программы:

- формирование единого воспитательного пространства, направленного на создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского и профессионального самоопределения и самореализации;
- вовлечение обучающихся в общественно-ценностные социализирующие отношения по всем направлениям воспитательной работы в вузе/на факультете;
- освоение обучающимися духовно-нравственных ценностей, гражданско-патриотических ориентиров, необходимых для устойчивого развития личности, общества, государства;
- содействие обучающимся в личностном и профессиональном самоопределении, проектировании индивидуальных образовательных траекторий и образа будущей профессиональной деятельности, поддержка деятельности обучающихся по самопознанию и саморазвитию.

7.2. Теоретико-методологические основы организации воспитания

В основе реализации программы лежат следующие *подходы*:

- *системный*, который означает взаимосвязь и взаимообусловленность всех компонентов воспитательного процесса – от цели до результата;
- *организационно-деятельностный*, в основе которого лежит единство сознания, деятельности и поведения и который предполагает такую организацию коллектива и личности, когда каждый обучающийся проявляет активность, инициативу, творчество, стремление к самовыражению;
- *личностно-ориентированный*, утверждающий признание человека высшей ценностью воспитания, активным субъектом воспитательного процесса, уникальной личностью;
- *комплексный подход*, подразумевающий объединение усилий всех субъектов воспитания (индивидуальных и групповых), институтов воспитания (подразделений) на уровне социума, вуза, факультета и самой личности воспитанника для успешного решения цели и задач воспитания; сочетание индивидуальных, групповых и массовых методов и форм воспитательной работы.

Основополагающими *принципами* реализации программы являются:

- *системность* в планировании, организации, осуществлении и анализе воспитательной работы;
- *интеграция* внеаудиторной воспитательной работы, воспитательных аспектов учебного процесса и исследовательской деятельности;
- *мотивированность* участия обучающихся в различных формах воспитательной работы (аудиторной и внеаудиторной);
- *вариативность*, предусматривающая учет интересов и потребностей каждого обучающегося через свободный выбор альтернативных вариантов участия в направлениях воспитательной работы, ее форм и методов.

Реализация программы предусматривает использование следующих **методов** воспитания:

- методы формирования сознания личности (рассказ, беседа, лекция, диспут, метод примера);

- методы организации деятельности и приобретения опыта общественного поведения личности (создание воспитывающих ситуаций, педагогическое требование, инструктаж, иллюстрации, демонстрации);
- методы стимулирования и мотивации деятельности и поведения личности (соревнование, познавательная игра, дискуссия, эмоциональное воздействие, поощрение, наказание);
- методы контроля, самоконтроля и самооценки в воспитании.

При реализации программы используются следующие **формы** организации воспитательной работы:

- массовые формы – мероприятия на уровне университета, города, участие во всероссийских и международных фестивалях, конкурсах и т.д.;
- групповые формы – мероприятия внутри коллективов академических групп, студий творческого направления, клубов, секций, общественных студенческих объединений и др.;
- индивидуальные, лично-ориентированные формы – индивидуальное консультирование преподавателями обучающихся по вопросам организации учебно-профессиональной и научно-исследовательской деятельности, личностного и профессионального самоопределения, выбора индивидуальной образовательной траектории и т.д.

7.3. Содержание воспитания

Практическая реализация цели и задач воспитания осуществляется в рамках следующих направлений воспитательной работы в вузе/на факультете:

- 1) духовно-нравственное воспитание;
- 2) гражданско-правовое воспитание;
- 3) патриотическое воспитание;
- 4) экологическое воспитание;
- 5) культурно-эстетическое воспитание;
- 6) физическое воспитание;
- 7) профессиональное воспитание.

7.3.1. Духовно-нравственное воспитание

- формирование нравственной позиции, в том нравственного сознания и поведения на основе усвоения общечеловеческих ценностей и нравственных чувств (чести, долга, справедливости, милосердия, добра, дружелюбия);
- развитие способности к сопереживанию и формированию позитивного отношения к людям, в том числе к лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам;
- формирование толерантного сознания и поведения в поликультурном мире, готовности и способности вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения;
- развитие способности к духовному развитию, реализации творческого потенциала в учебно-профессиональной деятельности на основе нравственных установок и моральных норм, непрерывного самообразования и самовоспитания;
- развитие способности к сотрудничеству с окружающими в образовательной, общественно полезной, проектной и других видах деятельности.

7.3.2. Гражданско-правовое воспитание

- выработка осознанной собственной позиции по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего;
- формирование российской гражданской идентичности, гражданской позиции активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности;
- формирование установок личности, позволяющих противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, коррупции, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, другим негативным социальным явлениям;
- развитие студенческого самоуправления, совершенствование у обучающихся организаторских умений и навыков;
- расширение конструктивного участия обучающихся в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах общественной самоорганизации, самоуправления;
- поддержка инициатив студенческих объединений, развитие молодежного добровольчества и волонтерской деятельности;
- организация социально значимой общественной деятельности студенчества.

7.3.3. Патриотическое воспитание

- формирование чувств патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества;
- формирование патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству, стремления защищать интересы Родины и своего народа;
- формирование чувства гордости и уважения к достижениям и культуре своей Родины на основе изучения культурного наследия и традиций многонационального народа России, развитие желания сохранять ее уникальный характер и культурные особенности;
- развитие идентификации себя с другими представителями российского народа;
- вовлечение обучающихся в мероприятия военно-патриотической направленности;
- приобщение обучающихся к истории родного края, традициям вуза, развитие чувства гордости и уважения к выдающимся представителям университета;
- формирование социально значимых и патриотических качеств обучающихся.

7.3.4. Экологическое воспитание

- формирование экологической культуры;

- формирование бережного и ответственного отношения к своему здоровью (физическому и психологическому) и здоровью других людей, живой природе, окружающей среде;
- вовлечение обучающихся в экологические мероприятия;
- выработка умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии, приобретение опыта эколого-направленной деятельности;
- укрепление мотивации к физическому самосовершенствованию, занятию спортивно-оздоровительной деятельностью;
- развитие культуры безопасной жизнедеятельности, умений оказывать первую помощь;
- профилактика наркотической и алкогольной зависимости, табакокурения и других вредных привычек.

7.3.5. Культурно-эстетическое воспитание

- формирование эстетического отношения к миру, включая эстетику научного и технического творчества, спорта, общественных отношений и быта;
- приобщение обучающихся к истинным культурным ценностям;
- расширение знаний в области культуры, вовлечение в культурно-досуговые мероприятия;
- повышение интереса к культурной жизни региона; содействие его конкурентоспособности посредством участия во всероссийских конкурсах и фестивалях;
- создание социально-культурной среды вуза/факультета, популяризация студенческого творчества, формирование готовности и способности к самостоятельной, творческой деятельности;
- совершенствование культурного уровня и эстетических чувств обучающихся.

7.3.6. Физическое воспитание

- создание условий для занятий физической культурой и спортом, для развивающего отдыха и оздоровления обучающихся, включая студентов с ограниченными возможностями здоровья, студентов, находящихся в трудной жизненной ситуации, в том числе на основе развития спортивной инфраструктуры вуза/факультета и повышения эффективности ее использования;
- формирование мотивации к занятиям физической культурой и спортом, следованию здоровому образу жизни, в том числе путем пропаганды в студенческой среде необходимости участия в массовых спортивно-общественных мероприятиях, популяризации отечественного спорта и спортивных достижений страны/региона/города/вуза/факультета;
- вовлечение обучающихся в спортивные соревнования и турниры, межфакультетские и межвузовские состязания, встречи с известными спортсменами и победителями соревнований.

7.3.7. Профессиональное воспитание

- приобщение студентов к традициям и ценностям профессионального сообщества, нормам корпоративной этики;

- развитие профессионально значимых качеств личности будущего компетентного и ответственного специалиста в учебно-профессиональной, научно-исследовательской деятельности и внеучебной работе;
- формирование творческого подхода к самосовершенствованию в контексте будущей профессии;
- повышение мотивации профессионального самосовершенствования обучающихся средствами изучаемых учебных дисциплин, практик, научно-исследовательской и других видов деятельности;
- ориентация обучающихся на успех, лидерство и карьерный рост; формирование конкурентоспособных личностных качеств;
- освоение этических норм и профессиональной ответственности посредством организации взаимодействия обучающихся с мастерами профессионального труда.

7.4. Методические рекомендации по анализу воспитательной работы на факультете и проведению ее аттестации (по реализуемым направлениям подготовки/специальностям)

Ежегодно заместитель декана по воспитательной работе представляет на ученом совете факультета отчет, содержащий анализ воспитательной работы на факультете и итоги ее аттестации (по реализуемым направлениям подготовки / специальностям).

Анализ воспитательной работы на факультете проводится с **целью** выявления основных проблем воспитания и последующего их решения.

Основными **принципами** анализа воспитательного процесса являются:

- *принцип гуманистической направленности*, проявляющийся в уважительном отношении ко всем субъектам воспитательного процесса;
- *принцип приоритета анализа сущностных сторон воспитания*, ориентирующий на изучение не столько количественных его показателей, сколько качественных – таких как содержание и разнообразие деятельности, характер общения и отношений субъектов образовательного процесса и др.;
- *принцип развивающего характера осуществляемого анализа*, ориентирующий на использование его результатов для совершенствования воспитательной деятельности в вузе/на факультете: уточнения цели и задач воспитания, планирования воспитательной работы, адекватного подбора видов, форм и содержания совместной деятельности обучающихся и преподавателей;
- *принцип разделенной ответственности* за результаты профессионально-личностного развития обучающихся, ориентирующий на понимание того, что профессионально-личностное развитие – это результат влияния как социальных институтов воспитания, так и самовоспитания.

Примерная схема анализа воспитательной работы на факультете

1. Анализ целевых установок

1.1 Наличие рабочей программы воспитания по всем реализуемым на факультете ООП.

1.2 Наличие утвержденного комплексного календарного плана воспитательной работы.

2. Анализ информационного обеспечения организации и проведения воспитательной работы

2.1 Наличие доступных для обучающихся источников информации, содержащих план воспитательной работы, расписание работы студенческих клубов, кружков, секций, творческих коллективов и т.д.

3. Организация и проведение воспитательной работы

3.1 Основные направления воспитательной работы в отчетном году, использованные в ней формы и методы, степень активности обучающихся в проведении мероприятий воспитательной работы.

3.2 Проведение студенческих фестивалей, смотров, конкурсов и пр., их количество в отчетном учебном году и содержательная направленность.

3.3 Участие обучающихся и оценка степени их активности в фестивалях, конкурсах, смотрах, соревнованиях различного уровня.

3.4 Достижения обучающихся, участвовавших в фестивалях, конкурсах, смотрах, соревнованиях различного уровня (количество призовых мест, дипломов, грамот и пр.).

3.5 Количество обучающихся, участвовавших в работе студенческих клубов, творческих коллективов, кружков, секций и пр. в отчетном учебном году.

3.6 Количество обучающихся, задействованных в различных воспитательных мероприятиях в качестве организаторов и в качестве участников.

4. Итоги аттестации воспитательной работы факультета

4.1. Выполнение в отчетном году календарного плана воспитательной работы: выполнен полностью – перевыполнен (с приведением конкретных сведений о перевыполнении) – невыполнен (с указанием причин невыполнения отдельных мероприятий).

4.2. Общее количество обучающихся, принявших участие в воспитательных мероприятиях в отчетном учебном году.

4.3. При наличии фактов пассивного отношения обучающихся к воспитательным мероприятиям: причины пассивности и предложения по ее устранению, активному вовлечению обучающихся в воспитательную работу.

4.4. Дополнительно в отчете могут быть представлены (по решению заместителя декана по воспитательной работе) сведения об инициативном участии обучающихся в воспитательных мероприятиях, не предусмотренных календарным планом воспитательной работы, о конкретных обучающихся, показавших наилучшие результаты участия в воспитательных мероприятиях и др.

Процедура аттестации воспитательной работы и выполнения календарного плана воспитательной работы

Оценочная шкала: «удовлетворительно» – «неудовлетворительно».

Оценочные критерии:

1. Количественный – участие обучающихся в мероприятиях календарного плана воспитательной работы (олимпиадах, конкурсах, фестивалях, соревнованиях и т.п.), участие обучающихся в работе клубов, секций, творческих, общественных студенческих объединений.

Воспитательная работа признается удовлетворительной при выполнении

одного из условий:

Выполнение запланированных мероприятий по 6 из 7 направлений воспитательной работы
или
Участие не менее 80% обучающихся в мероприятиях по не менее 5 направлениям воспитательной работы
или
Охвачено 100% обучающихся по не менее 4 направлениям воспитательной

работы
или
<ol style="list-style-type: none"> 1. Охват не менее 50% обучающихся в мероприятиях по 7 направлениям воспитательной работы. 2. Наличие дополнительных достижений обучающихся (индивидуальных или групповых) в мероприятиях воспитательной направленности внутривузовского, городского, регионального, межрегионального, всероссийского или международного уровня.

2. Качественный – достижения обучающихся в различных воспитательных мероприятиях (уровень мероприятия – международный, всероссийский, региональный, университетский, факультетский; статус участия обучающихся – представители страны, области, вуза, факультета; характер участия обучающихся – организаторы, исполнители, зрители).

Способы получения информации для проведения аттестации: педагогическое наблюдение; анализ портфолио обучающихся и документации, подтверждающей их достижения (грамот, дипломов, благодарственных писем, сертификатов и пр.); беседы с обучающимися, студенческим активом факультета, преподавателями, принимающими участие в воспитательной работе, кураторами основных образовательных программ; анкетирование обучающихся (при необходимости); отчеты кураторов студенческих групп 1-2 курсов (по выбору заместителя декана по воспитательной работе и с учетом особенностей факультета).

Источники получения информации для проведения аттестации: устные, письменные, электронные (по выбору заместителя декана по воспитательной работе и с учетом особенностей факультета).

Фиксация результатов аттестации: отражаются в ежегодном отчете заместителя декана по воспитательной работе (по решению заместителя декана по воспитательной работе – в целом по факультету или отдельно по реализуемым направлениям подготовки / специальностям).

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета журналистики
наименование факультета

В.В. Тулупов

подпись, расшифровка подписи

19.05.2022

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
на 2022/2023 учебный год**

№ п/п	Направление воспитательной работы	Мероприятие с указанием его целевой направленности	Сроки выполнения	Уровень мероприятия (всероссийский, региональный, Университетский, факультетский)	Ответственный исполнитель (в соответствии с уровнем проведения мероприятия)
1.	Духовно-нравственное воспитание	День донора (формирование небезразличного отношения к донорству и возможности помочь людям, развитие молодежного добровольчества, организация социально значимой общественной деятельности студентов)	Сентябрь, апрель	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Мероприятия по профилактике межнациональных конфликтов (формирование толерантного отношения обучающихся к гражданам других национальностей)	Сентябрь	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Мероприятия Клуба волонтеров ВГУ (благотворительные акции, дни донора, помощь пожилым людям, ветеранам, больным детям, сиротам, экологические акции, проведение различного рода мероприятий, помощь в организации общественно значимых мероприятий)	В течение года	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Акция «Снежный десант» (оказание безвозмездной помощи жителям населенных пунктов, развитие студенческого самоуправления, совершенствование у обучающихся организаторских умений и навыков, развитие молодежного добровольчества, организация социально значимой общественной деятельности студентов)	Январь	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Поздравление сотрудников и студентов с праздником 8 марта	Март	Университетский	Объединенный совет

					обучающихся
		Музыкальный вечер "По струнам души" (вечер авторской песни, направленный на раскрытие творческого потенциала обучающихся)	Апрель	Университетский	Управление по работе с молодежью
		Тренинг для волонтеров	Апрель	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Лекция от студентов, закончивших ВГУ	Апрель-май	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Агитационная кампания ОСО ВГУ (мероприятия по привлечению студентов в актив университета)	Апрель-май	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Обучение нового состава клиницистов (программа для введения в курс деятельности новых участников Юридической клиники ВГУ)	Апрель-май	Университетский	Объединенный совет обучающихся, Юридический факультет
		«В гости к студенческому совету» (мероприятия, интерактивы, подкасты и др. формы, способствующие развитию взаимодействию студенческих советов факультетов между собой)	В течение года	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Проведение интеллектуальных викторин	В течение года	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		«Субботний университет»	В течение года	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		«Кубок 17 факультетов» (соревновательная программа в форме квеста для укрепления дружественных связей между факультетами, площадка для обсуждения совместных идей и проектов)	Май	Университетский	Объединенный совет обучающихся
		Викторина «Я знаю свой университет»	Август	Университетский	Объединенный совет обучающихся
2.	Гражданско-правовое воспитание	Мероприятия, посвященные Дню солидарности в борьбе с терроризмом (почтение памяти погибших в трагедии г. Беслана, формирование твердой позиции обучающихся в неприятии теории экстремизма)	3 сентября	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Проведение комплекса круглых столов и лекций по противодействию экстремизму и терроризму (консолидация знаний о методах предотвращения террористических актов, формирование твердой позиции обучающихся в неприятии теории экстремизма)	Сентябрь	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Круглый стол «Безопасность в сети Интернет» (площадка для информирования обучающихся о мерах предосторожности при использовании различных интернет-ресурсов, выработки умений грамотного пользования социальными сетями, обсуждения актуальных проблем, связанных с мошенническими действиями,	Март	Университетский	Психолого-социологическая служба

		призывами к асоциальному поведению и др.)			
		Секции Юридической клиники	Апрель	Университетский	Объединенный совет обучающихся, Юридический факультет
		«Школа права»	Май	Региональный	Объединенный совет обучающихся, Юридический факультет
3.	Патриотическое воспитание	Межрегиональный фестиваль национальных видов спорта «Русский спорт» (популяризация национальных видов спорта)	Сентябрь	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Форум по патриотическому воспитанию	Сентябрь	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Митинг, посвященный Дню освобождения г. Воронежа от немецко-фашистских захватчиков (почтение памяти героев ВОВ, формирование уважительного отношения к памяти защитников Отечества)	25 января	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Гуманитарная помощь ветеранам	май	Региональный	Объединенный совет обучающихся
		Участие в акции «Бессмертный полк» (формировании и укреплении патриотизма в молодежной среде, сохранение памяти о Героях Отечества)	май	Региональный	Отдел по воспитательной работе
		Мероприятия, посвященные Дню Победы (почтение памяти героев ВОВ, формирование уважительного отношения к памяти защитников Отечества, формирование у обучающихся патриотического сознания, чувства верности своей Родине)	Май	Региональный	Отдел по воспитательной работе
4.	Экологическое воспитание	Мероприятия по профилактике табакокурения, алкоголизма и употребления наркотических веществ (формирование у обучающихся ответственного отношения к своему здоровью, здоровью окружающих)	Октябрь	Университетский	Отдел по воспитательной работе, Психолого-социологическая служба
		Мероприятия, посвященные Всемирному дню борьбы со СПИДом (формирование у обучающихся ответственного отношения к здоровью – как собственному, так и других людей)	1 декабря	Университетский	Отдел по воспитательной работе, Психолого-социологическая служба

		Субботники (формирование бережного и ответственного отношения к живой природе и окружающей среде)	Апрель	Университетский	Отдел по воспитательной работе
5.	Культурно-эстетическое воспитание	Праздничный концерт, посвященный Дню знаний, поздравление обучающихся с началом учебного года (приобщение студентов к традициям и ценностям вуза, развитие корпоративной культуры)	1 сентября	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Мероприятие «Посвящение в студенты» (направлено на адаптацию первокурсников в среде университета, развитию взаимодействия внутри групп, факультетов)	Сентябрь	Университетский	Деканаты факультетов
		Цикл образовательных лекций для студентов в рамках подготовительной программы к фестивалю «Первокурсник – 2022» (обеспечение студентов необходимой базой знаний в области организации творческих номеров, консультативная помощь в реализации идей и т. п.)	Октябрь	Университетский	Культурно-досуговый отдел
		Праздничный концерт, посвященный Дню студента (развитие творчества и культуры в студенческой среде)	Ноябрь	Университетский	Культурно-досуговый отдел, Отдел по воспитательной работе
		Творческий фестиваль «Первокурсник» (развитие творчества и культуры в студенческой среде)	Декабрь	Университетский	Культурно-досуговый отдел
		Участие во всероссийском молодежном фестивале «Всероссийский студенческий марафон» (развитие конкурентоспособности творческого актива, раскрытие творческого потенциала)	Февраль	Всероссийский	Культурно-досуговый отдел, Отдел по воспитательной работе
		Праздничные мероприятия «Широкая масленица» (развитие творчества и культуры в студенческой среде)	Март	Университетский	Культурно-досуговый отдел, Отдел по воспитательной работе
		Творческий фестиваль «Университетская весна» (развитие творчества и культуры в студенческой среде)	Апрель	Университетский	Культурно-досуговый отдел
		Фестиваль «Областная весна» (развитие конкурентоспособности творческого актива, раскрытие творческого потенциала)	Апрель	Региональный	Культурно-досуговый отдел
		Участие в федеральном мероприятии «Российская студенческая весна» (развитие конкурентоспособности творческого актива, раскрытие творческого потенциала)	Май	Всероссийский	Культурно-досуговый отдел
6.	Физическое воспитание	Фестиваль ГТО (популяризация отечественного спорта, мотивация студентов к занятиям спортом и здоровому образу жизни)	Сентябрь	Университетский	Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта

		Анкетирование студентов по видам спорта	Сентябрь	Университетский	Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
		Межфакультетская универсиада (популяризация отечественного спорта, мотивация студентов к занятиям спортом и здоровому образу жизни)	Ноябрь-март	Университетский	Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
		Внутривузовский этап Чемпионата АССК	Декабрь-март	Университетский	Отдел по воспитательной работе, Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
		Региональная Универсиада	Февраль-май	Региональный	Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
		Участие в федеральном спортивном проекте «АССК.Фест»	Май	Всероссийский	Спортивный клуб, Кафедра физического воспитания и спорта
7.	Профессиональное воспитание	Агитационная кампания по привлечению обучающихся в студенческие отряды	В течение года	Университетский	Отдел по воспитательной работе
		Турнир Трёх Наук (повышение мотивации профессионального совершенствования обучающихся путем нестандартного подхода к изучению науки)	В течение учебного года	Всероссийский	Объединенный совет обучающихся
		День российского студенчества	25 января	Университетский	Отдел по воспитательной работе, Культурно-досуговый отдел
		«Домашняя целина» студенческих отрядов ВГУ	Май	Университетский	Отдел по воспитательной работе

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 42.02.01 «Реклама»

шифр и наименование специальности

Профиль подготовки гуманитарный

в соответствии с Учебным планом

Форма обучения очная

Учебный год 2021 - 2022

Зав. кафедрой связей с общественностью,
рекламы и дизайна
факультета журналистики,

декан факультета журналистики _____ проф., д.ф.н Тулупов В.В. _____ 20
должность, подразделение *подпись* *расшифровка подписи*

Заместитель декана по учебной
работе _____

должность, подразделение

подпись

доц., к.ф.н. Бебчук Е.М. _____ 20

расшифровка подписи

Председатель НМС факультета
журналистики _____

должность, подразделение

подпись

доц., к.ф.н. Бебчук Е.М. _____ 20

расшифровка подписи

Куратор ОПОП СПО
по специальности

42.02.01 «Реклама»

должность, подразделение

подпись

к.ф.н. Окс С.И. _____ 20

расшифровка подписи

РЕКОМЕНДОВАНА Ученым советом факультета журналистики

протокол от 26.05.2022 г. № 5

Приложение 1

Библиотечно-информационное обеспечение

Сведения о наличии учебной и учебно-методической литературы для студентов СПО в фонде ЗНБ ВГУ

№ п/п	Основная профессиональная образовательная программа среднего профессионального образования программа подготовки специалистов среднего звена		Объем фонда учебной литературы (количество)		Количество экз. лит-ры на одного обучающегося	Доля изданий, изданных за последние 10 лет, от общего количества экз.	Объем фонда учебно-методической литературы (количество)	
			кол-во наименований	кол-во экз.			кол-во наименований	кол-во экз.
1	2		3	4	5	6	7	8
Специальность 42.02.01 «Реклама»								
ОГСЭ Общий гуманитарный и социально – экономический цикл								
1	ОГСЭ.01	Основы философии	4	110	2,6	100%	1	124
2	ОГСЭ.02	История	5	150	3,2	100%	1	10
3	ОГСЭ.03	Иностранный язык	5	69	2,1	100%		
4	ОГСЭ.04	Физическая культура	4	110	3,1	100%	3	210
5	ОГСЭ.05	История рекламы	4+3 эл.	119	1,2	100%		
6	ОГСЭ.06	Основы социологии и политологии	7+1 эл.	115	0,7	100%		
ЕН Математический и общий естественнонаучный цикл								
7	ЕН.01	Математика	4	40	1,1	100%	1	50
8	ЕН.02	Экологические основы природопользования	4	50	1,4	100%		
9	ЕН.03	Информатика	4	40	1,1	100%		
10	ЕН.04	Информационные технологии в профессиональной деятельности	2+1 эл.	240	7	100%		

	П.00 Профессиональный учебный цикл							
11	ОП.00 Общепрофессиональные дисциплины							
12	ОП.01	Рисунок с основами перспективы	5	45	1,3	100%		
13	ОП.02	Живопись с основами цветоведения	4	40	1,1	100%		
14	ОП.03	История изобразительного искусства	3	35	1,0	100%		
15	ОП.04	Экономика организации	3	54	1,7	100%		
16	ОП.05	Безопасность жизнедеятельности	5	123	3,5	100%	1	150
17	ОП.06	Сервисная деятельность	3 эл.		1	100%		
18	ОП.07	История и теория дизайна	5 эл.	31	1	100%		
19	ОП.08	Документационное обеспечение управления	5 эл.		1	100%		
20	ОП.09	Социология рекламной деятельности	3	220	1,1	100%		
	ПМ.00 Профессиональные модули							
	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции							
21	МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта	4	115	1,1	100%		
22	МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	5	354	1,1	100%		
23	МДК.01.03	Язык рекламы	1+3 эл.	355	3	100%		
24	МДК.01.04	Композиция, шрифтовая и художественная графика	5 эл.	100	1	100 %		
25	МДК.01.05	Фотодизайн и техника фотографии	5 эл.	181	1	100%		
	ПМ.02 Производство рекламной продукции							
26	МДК.02.01	Выполнение рекламных проектов в материале	4	274	1,1	100%		
27	МДК.02.02	Проектная компьютерная	5	35	1,0	100%		

		графика и мультимедиа						
28	МДК.02.03	Техника и технология рекламной фотографии	4	197	0,7	100%		
29	МДК.02.04	Техника и технология рекламного видео	4	134	0,7	100%		
30	МДК.02.05	Мультимедийные технологии	4 эл.		1	100%		
31	МДК.02.06	Обработка текстовой информации	5 эл.	39	3,7	100%		
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта								
32	МДК.03.01	Маркетинг в рекламе	4	354	2,3	100%		
33	МДК.03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности	5	239	1,1	100%		
34	МДК.03.03	Проектная деятельность в сфере рекламы	3	239	7,4	100%		
35	МДК.03.04	Реклама в средствах массовой информации	5	345	2,8	100%		
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта								
36	МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	5	354	2,1	100%		
37	МДК.04.02	Реклама и СО в сфере применения	2+1 эл.	319	5,4	100%		
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих								
38	МДК.05.01	Введение в профессию Агент рекламный	21	354	1,1	100%		
39	МДК.05.02	Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг	4	460	7,4	100%		
Практика (ознакомительная, учебная, производственная)								
							1	100

Обеспечение образовательного процесса официальными, периодическими, справочно-библиографическими изданиями, научной литературой и электронно-библиотечной системой

№№ п/п	Типы изданий	Кол-во наименований	Кол-во одностомных (годовых) и/или многостомных комплектов
1	Официальные издания (сборники законодательных актов, нормативных правовых актов и кодексов Российской Федерации (отдельно изданные, продолжающиеся и периодические)	3130	3524
2	Общественно-политические и научно-популярные периодические издания (журналы и газеты)	461	6079
3	Научные периодические издания (по профилю (направленности) образовательных программ)	27	256 243
4	Справочно-библиографические издания:		
4.1.	энциклопедии (энциклопедические словари)	3155	12704
4.2.	отраслевые словари и справочники (по профилю (направленности) образовательных программ)	32	148
4.3.	текущие и ретроспективные отраслевые библиографические пособия (по профилю (направленности) образовательных программ)	8	14
5.	Научная литература:		
6.	Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	1890	3028

Всем обучающимся обеспечен доступ к электронно-библиотечной системе и электронному каталогу, предоставлена возможность оперативного обмена информацией с российскими образовательными организациями, иными организациями и доступ к современным профессиональным базам данных и информационным ресурсам сети Интернет.

Обеспечение образовательного процесса
электронно-библиотечной системой

№ п/п	Основные сведения об электронно-библиотечной системе	Краткая характеристика
1	Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	ЭБС «Издательства Лань» https://e.lanbook.com/ ЭБС «Консультант студента», http://www.studmedlib.ru ЭБС «Университетская библиотека online» http://biblioclub.ru/ Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ" http://rucont.ru Электронная библиотека ВГУ www.lib.vsu.ru
2	Сведения о правообладателе электронно-библиотечной системы и заключенном с ним договоре, включая срок действия заключенного договора	Президент А.Л. Кноп, действующий на основании устава ООО «Издательство «Лань» контракт №3010-06/04-21 от 10.03.2021 Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»: генеральный директор М.В. Дегтярев. Договор ДС-208 от 01.02.2021г. ЭБС «Консультант студента», генеральный директор А. В. Молчанов. Контракт № 3010-06.06-20 от 28.12.2020 г. ЭБС «Университетская библиотека online», генеральный директор Ю.Н. Ряполова. Контракт №3010-06/05-20 от 28.12.2020 г.
3	Сведения о наличии зарегистрированной в установленном порядке базе данных материалов электронно-библиотечной системы	ЭБС «Издательства Лань». Свидетельство государственной регистрации БД № 2011620038 от 11.01.2011. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ». Свидетельство государственной регистрации ЭЛ№ФС77-43173 от 23.12.2010г. ЭБС «Консультант студента». Свидетельство государственной регистрации БД № 2010620618 от 18.10.2010 г. ЭБС «Университетская библиотека Online». Свидетельство государственной регистрации БД №21062054 от 27.09.2010 г.
4	Сведения о наличии зарегистрированного в установленном порядке электронного средства массовой информации	ЭБС «Издательства «Лань». Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл № ФС77-42547 от 03 ноября 2010 г., http://www.e.lanbook.com Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ». Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл.№ ФС77-43173 от 23.12.2010, http://rucont.ru ЭБС «Консультант студента» Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл № ФС77-42656 от 13 ноября 2010 г., http://www.studmedlib.ru ЭБС «Университетская библиотека Online». Свидетельство о регистрации

		средства массовой информации ЭЛ № ФС 77-42287 от 11.10.2010 г.
5	Наличие возможности одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе, в том числе одновременного доступа к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечную систему, не менее чем для 25 процентов обучающихся по каждой из форм получения образования	ЭБС «Издательства «Лань», неограниченный одновременный доступ всех пользователей ВГУ. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ», неограниченный одновременный доступ всех пользователей ВГУ. ЭБС «Консультант студента», одновременный доступ 700 пользователей ВГУ. ЭБС «Университетская библиотека Online», одновременный доступ 20000 пользователей ВГУ.
6	Электронные образовательные ресурсы:	
	- электронные издания	Электронная библиотека ВГУ
	- информационные базы данных	Список доступных БД размещен по ссылке: https://www.lib.vsu.ru/Электронные_каталоги/Поиск_полнотекстовых_баз_данных

Приложение 2

Материально-техническое обеспечение

Дисциплины		Перечень оборудования	Место расположения
ОП	ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА		
БД	Базовые дисциплины		
БД.01 Иностранный язык БД.02 Математика БД.03 Информатика БД.04 Естествознание	Аудитория: ноутбук Aser Extensa 5210 s/n LXE 670 Y 066725113992000, проектор: Epson s/n Jx 9F781448L	Четвертый корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Пушкинская, 16	
БД.05 Физическая культура	2 баскетбольных щита, волейбольные стойки, стойки для б/тенниса, ворота для мини-футбола, волейбольная сетка, сетка для большого тенниса, столы для большого тенниса (15 шт.), многофункциональный тренажер, 3 штанги с комплектом «блинов», обручи, скакалки, атлетические тренажеры (4 шт.), футбольные, баскетбольные и волейбольные мячи (по 5 шт.)	Шестой корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, спортивный зал	
БД.06 Основы жизнедеятельности	безопасности Аудитория: ноутбук Samsung, графический планшет Wacom PL-1600, проектор BenQ MW516 DLP	Четвертый корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Пушкинская, 16	
БД.07 Астрономия	Аудитория: ноутбук Aser Extensa 5210 s/n LXE 670 Y 066725113992000, проектор: Epson s/n Jx 9F781448L	Четвертый корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Пушкинская, 16	
ПД	Профильные дисциплины		
ПД.01 Русский язык ПД.02 Литература ПД.03 История ПД.04 Обществознание (включая экономику и право) ПОО.1 Искусство (МХК)	Аудитория: ноутбук Aser Extensa 5210 s/n LXE 670 Y 066725113992000, проектор: Epson s/n Jx 9F781448L	Четвертый корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Пушкинская, 16	
ПП	ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА		
ОГСЭ	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл		

ОГСЭ.01 Основы философии ОГСЭ.02 История	Учебная аудитория лекционного типа: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный с электроприводом CS; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb), акустическая система BEHRINGER B115D 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)	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 110
ОГСЭ.03 Иностранный язык	Учебная аудитория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb) 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)	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 127
ОГСЭ.04 Физическая культура	2 баскетбольных щита, волейбольные стойки, стойки для б/тенниса, ворота для мини-футбола, волейбольная сетка, сетка для большого тенниса, столы для большого тенниса (15 шт.), многофункциональный тренажер, 3 штанги с комплектом «блинов», обручи, скакалки, атлетические тренажеры (4 шт.), футбольные, баскетбольные и волейбольные мячи (по 5 шт.)	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, спортивный зал
ОГСЭ.05 История рекламы ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии	Учебная аудитория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ноутбук 15" PackardBell 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)	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 222
ЕН	Математический и общий естественнонаучный цикл	
ЕН.01 Математика ЕН.02 Экологические основы природопользования	Аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 130 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор ViewSonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 130
ЕН.03 Информатика ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности	Учебная аудитория. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 115, 126
ОП	Общепрофессиональные дисциплины	
ОП.01 Рисунок с основами перспективы ОП.02 Живопись с основами цветоведения	Мольберты, хлопушки, планшеты, маленькие табуреты для рисования, учебно-иллюстративный материал, объёмные гипсовые геометрические формы, натюрмортный фон для живописи(кувшины, чайники, ложки, чашки, яблоки, груши т.д.). Специализированная мебель	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 224
ОП.03 История изобразительного искусства	Аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 130 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор ViewSonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 130
ОП.04 Экономика организации	Учебная аудитория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул.

		настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb) 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)	Хользунова, 40 а, 223а
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности		Аудитория: ноутбук Samsung, графический планшет Wacom PL-1600, проектор BenQ MW516 DLP	Четвертый корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Пушкинская, 16
ОП.06 Сервисная деятельность ОП.07 История и теория дизайна ОП.08 Документационное обеспечение управления ОП.09 Социология рекламной деятельности		Учебная аудитория лекционного типа: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный с электроприводом CS; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb), акустическая система BEHRINGER B115D 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)	Шестой корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 110
ПМ	Профессиональные модули		
ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламного продукта		
МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта	Мольберты, хлопушки, планшеты, маленькие табуреты для рисования, учебно-иллюстративный материал, объёмные гипсовые геометрические формы, натюрмортный фон для живописи(кувшины, чайники, ложки, чашки, яблоки, груши т.д.). Специализированная мебель	Шестой корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 224
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	Аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 130 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор ViewSonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1.	Шестой корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 130
МДК.01.03	Язык рекламы		
МДК.01.04	Композиция, шрифтовая и художественная графика	Мольберты, хлопушки, планшеты, маленькие табуреты для рисования, учебно-иллюстративный материал, объёмные гипсовые геометрические формы, натюрмортный фон для живописи(кувшины, чайники, ложки, чашки, яблоки, груши т.д.). Специализированная мебель	Шестой корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 224
МДК.01.05	Фотодизайн и техника фотографии	Фотолаборатория: Специализированная мебель, компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" (8 шт), проектор, экран, принтер Epson Stylus Photo R300, принтер Epson Stylus Photo R3000, колонки Luxeon (1 шт.), вспышка FalconEyes (3 шт.), ресивер FalconEyes (1 шт.), стойка студийная (3 шт.), зонт студийный (3 шт.), софтбокс FalconEyes (1 шт.), штатив Manfrotto(1 шт.), фон студийный бумажный (3 шт.) 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)	Шестой корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 132
ПМ.02	Производство рекламной продукции		
МДК.02.01	Выполнение рекламных проектов в материале	Мультимедийная лаборатория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с возможностью подключения к сети "Интернет" (Razer 5/4Gb/1Tb)(10 шт.), экран настенный CS 244*244 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)	Шестой корпус ВГУ, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 212
МДК.02.02	Проектная компьютерная	Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы: Специализированная	Шестой корпус ВГУ, г. Воронеж, ул.

графика и мультимедиа	мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК с возможностью подключения к сети "Интернет" (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.) 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»	Хользунова, 40 а, 115
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	Фотолаборатория: Специализированная мебель, компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" (8 шт), проектор, экран, принтер Epson Stylus Photo R300, принтер Epson Stylus Photo R3000, колонки Luxeon (1 шт.), вспышка FalconEyes (3 шт.), ресивер FalconEyes (1 шт.), стойка студийная (3 шт.), зонт студийный (3 шт.), софтбокс FalconEyes (1 шт.), штатив Manfrotto(1 шт.), фон студийный бумажный (3 шт.) 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)	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 132
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	Радиостудия Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/2Gb/HDD 500Gb) (10 шт.), микшерный пульт Behringer XENYX X 1832, усилитель ABK PA 3002, микрофоны студийные В-1 (2 шт.), мониторы студийные (колонки) M-Audio BX5 (1 комплект (2 шт.)), стойки микрофонные настенные (2 шт.), ручной рекордер (репортер) Zoom H-2, ручной рекордер (репортер) Zoom H-4, микрофон Shure SM 58, микрофон Beyerdynamic; 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). Свободный доступ в интернет.	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 112
МДК.02.05 Мультимедийные технологии МДК.02.06 Обработка текстовой информации	Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК с возможностью подключения к сети "Интернет" (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.) 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»	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 115
ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации	Аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 130 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор ViewSonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон В-1.	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 130

ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения	Учебная аудитория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/1Gb/HDD 500Gb) WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acдmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acдmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 223а	
ПМ.05	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих		
МДК.05.01 Агент рекламный МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг	Учебная аудитория: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ноутбук 15" PackardBell WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acдmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acдmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)	Шестой корпус ВГУ, г.Воронеж, ул. Хользунова, 40 а, 222	

Приложение 3

Кадровое обеспечение образовательного процесса

Привлечено 26 преподавателей

Имеют ученую степень, звание - 12.

Из них доцентов - 12.

Преподаватели из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий, учреждений по профильным дисциплинам – 6.

Реализация ППССЗ по специальности обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля) и опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы (для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального учебного цикла). Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации. Все преподаватели на регулярной основе занимаются научно-методической деятельностью.

Показатель	Фактический результат
Доля преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей	50%
Преподаватели из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий, учреждений по профильным дисциплинам	23%

Приложение 4

1 Календарный учебный график

Курс	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август										
	1-7	8-14	15-21	22-28	29 сен - 5 окт	6-12	13-19	20-26	27 окт - 2 ноя	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29 дек - 4 янв	5-11	12-18	19-25	26 янв - 1 фев	2-8	9-15	16-22	23 фев - 1 мар	2-8	9-15	16-22	23-29	30 мар - 5 апр	6-12	13-19	20-26	27 апр - 3 май	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29 июл - 5 июл	6-12	13-19	20-26	27 июл - 2 авг	3-9	10-16	17-23	24-31			
0	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
I																																																							
II																																																							
III																																																							
IV																																																							

Обозначения:

- Обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам
- ⋮ Промежуточная аттестация
- = Каникулы

- 0 Учебная практика
- 8 Производственная практика (по профилю специальности)
- X Производственная практика (преддипломная)

- Δ Подготовка к государственной итоговой аттестации
- III Государственная итоговая аттестация
- * Неделя отсутствует

2 Сводные данные по бюджету времени

Курс	Обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам						Промежуточная аттестация			Практики						ГИА		Каникулы	Всего	Студентов	Групп					
	Всего		1 сем		2 сем		Всего	1 сем	2 сем	Учебная практика		Производственная практика (по профилю специальности)		Производственная практика (преддипломная)		Подготовка	Проведение									
	нед.	час. обяз. уч. занятий	нед.	час. обяз. уч. занятий	нед.	час. обяз. уч. занятий				нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.							нед.	нед.	нед.	нед.	
I	39	1404	17	612	22	792	2		2											11	52					
II	35	1260	16	576	19	684	2	1	1	2			2	3			3				10	52				
III	35	1260	16	576	19	684	2	1	1	2			2	3			3				10	52				
IV	16	576	16	576			1	1		6			6	7			7	4		4	4	2	3	43		
Всего	125	4500	65	2340	60	2160	7	3	4	10			10	13			13	4		4	2	34	199			

Приложение 5

Учебный план (курс 1)

№	Индекс	Наименование	Семестр 1										Семестр 2											
			Контроль	Академических часов								Неделя	Контроль	Академических часов								Неделя		
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Конт роль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Конт роль			
ИТОГО (с факультативами)				918									17		1188									24
ИТОГО по ОП (без факультативов)				918											1188									
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад. час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		54											54									
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)																						
		Обязательная нагрузка		36											36									
		Во взаимодействии с преподавателем		36											36									
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				918	612	187	34	391			306		ТО: 17 Э:		1188	792	242	44	506	11	385		ТО: 22 Э: 2	
1	БД	Базовые дисциплины	За ДифЗ	407	272	51	34	187			135			Эк За ДифЗ(4)	519	352	44	44	264		167			
2	БД.01	Иностранный язык		76	51			51			25			ДифЗ	99	66			66		33			
3	БД.02	Математика		74	51			51			23			Эк	121	88			88		33			
4	БД.03	Информатика		51	34		34				17			ДифЗ	66	44		44			22			
5	БД.04	Физическая культура	За	76	51			51			25			ДифЗ	99	66			66		33			
6	БД.05	Основы безопасности жизнедеятельности	ДифЗ	102	68	51		17			34													
7	БД.06	Астрономия												ДифЗ	92	66	44		22		26			
8	БД.07	Родная литература (русская)		28	17			17			11			За	42	22			22		20			
9	ПД	Профильные дисциплины		409	272	102		170			137			Эк(2) ДифЗ(2)	559	374	154		220	11	174			
10	ПД.01	Русский язык		108	68	17		51			40			Эк	128	88	22		66		40			
11	ПД.02	Литература		122	85	34		51			37			ДифЗ	160	110	44		66		50			
12	ПД.03	История		103	68	34		34			35			ДифЗ	128	88	44		44		40			
13	ПД.04	Обществознание		76	51	17		34			25			Эк	143	88	44		44	11	44			
14	ПОО	Предлагаемые ОО		102	68	34		34			34			ДифЗ	110	66	44		22		44			
15	ПОО.1	Искусство (МХК)		102	68	34		34			34			ДифЗ	110	66	44		22		44			
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ				ДифЗ									Эк(3) За ДифЗ(6)											

Учебный план (курс 2)

№	Индекс	Наименование	Контроль	Семестр 3								Неделя	Контроль	Семестр 4								Неделя
				Академических часов										Академических часов								
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Конт роль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Конт роль	
ИТОГО (с факультативами)				864									1026									25
ИТОГО по ОП (без факультативов)				864							17		1026									
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		54									54									
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)																				
		Обязательная нагрузка		36									36									
		Во взаимодействии с преподавателем		36									36									
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				864	576	250	102	224		288		ТО: 16 Э: 1	1026	684	282	76	326			342		ТО: 19 Э: 1
1	ОГСЭ.02	История	Эк	56	48	48				8												
2	ОГСЭ.03	Иностранный язык		38	32			32		6			45	38			38			7		
3	ОГСЭ.04	Физическая культура	За	64	32			32		32		За	76	38	12		26			38		
4	ОГСЭ.05	История рекламы	ДифЗ	72	48	16		32		24												
5	ОГСЭ.06	Основы социологии и политологии										Эк	84	57	38					19		27
6	ЕН.01	Математика	Эк	81	54	22		32		27												
7	ЕН.02	Экологические основы природопользования										ДифЗ	57	38	38						19	
8	ЕН.03	Информатика	Эк	72	48	10	38			24												
9	ОП.02	Живопись с основами цветоведения											114	76			76			38		
10	ОП.05	Безопасность жизнедеятельности										ДифЗ	102	68	34		34			34		
11	ОП.07	История и теория дизайна	ДифЗ	78	48	16		32		30												
12	ОП.08	Документационное обеспечение управления										ДифЗ	57	38	38						19	
13	ОП.09	Социология рекламной деятельности										ДифЗ	52	38	38						14	
14	ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Эк ДифЗ(2)	340	224	128	32	64		116		Эк(3) За ДифЗ КР	154	103	8		95			51		
15	МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта		72	48	32		16		24		Эк	86	57			57			29		
16	МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта		48	32	32				16		Эк КР	68	46	8		38			22		
17	МДК.01.03	Язык рекламы	ДифЗ	72	48	32		16		24												
18	МДК.01.04	Композиция, шрифтовая и художественная графика	Эк	96	64	32		32		32												
19	МДК.01.05	Фотодизайн и техника фотографии	ДифЗ	52	32		32			20												
20	ПМ.01.ЭК	Экзамен по модулю										Эк										
21	ПМ.02	Производство рекламной продукции		63	42	10	32			21			285	190	76	76	38			95		
22	МДК.02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа											228	152	76	38	38			76		
23	МДК.02.03	Техника и технологии рекламной фотографии		63	42	10	32			21			57	38		38				19		
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ				Эк(4) ДифЗ(4)									Эк(4) ДифЗ(4) КР									
ПРАКТИКИ			(План)										180	174			174			6		5
	УП.01.01	Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта										За	72	70			70			2		2
	ПП.01.01	Разработка и создание дизайна рекламного продукта										ДифЗ	108	104			104			4		3

Учебный план (курс 3)

№	Индекс	Наименование	Семестр 5											Семестр 6										
			Контроль	Академических часов								Неделя	Контроль	Академических часов								Неделя		
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Конт роль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Конт роль			
ИТОГО (с факультативами)				864									17		1026									25
ИТОГО по ОП (без факультативов)				864											1026									
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад. час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			54											54									
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			192											36									
	Обязательная нагрузка			36											36									
	Во взаимодействии с преподавателем			36											36									
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				864	576	106	96	374			288		ТО: 16 Э: 1		1026	684	228	57	399			342		ТО: 19 Э: 1
1	ОГСЭ.03	Иностранный язык	За	76	64			64			12		Эк	45	38			38			7			
2	ОГСЭ.04	Физическая культура	За	64	32			32		32			За	76	38			38			38			
3	ОП.01	Рисунок с основами перспективы		64	32			32		32				114	76			76			38			
4	ОП.02	Живопись с основами цветоведения	Эк	192	128			128		64														
5	ОП.03	История изобразительного искусства	Эк	96	64	32		32		32														
6	ОП.04	Экономика организации											Эк	114	76	38		38			38			
7	ОП.06	Сервисная деятельность											ДифЗ	114	76	38		38			38			
8	ПМ.02	Производство рекламной продукции	Эк ДифЗ(3)	372	256	74	96	86		116			Эк(2) ДифЗ(2) КР	256	171	38	57	76			85			
9	МДК.02.01	Выполнение рекламных проектов в материале											ДифЗ	114	76			76			38			
10	МДК.02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	ДифЗ	48	32			32		16														
11	МДК.02.03	Техника и технологии рекламной фотографии	Эк	144	96		96			48														
12	МДК.02.04	Техника и технологии рекламного видео		48	32	32				16			Эк КР	142	95	38	57				47			
13	МДК.02.05	Мультимедийные технологии	ДифЗ	90	64	32		32		26														
14	МДК.02.06	Обработка текстовой информации	ДифЗ	42	32	10		22		10														
15	ПМ.02.ЭК	Экзамен по модулю											Эк											
16	ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта											Эк ДифЗ(2)	307	209	114		95			98			
17	МДК.03.01	Маркетинг в рекламе											Эк	86	57	38		19			29			
18	МДК.03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности											ДифЗ	86	57	38		19			29			
19	МДК.03.04	Реклама в средствах массовой информации											ДифЗ	135	95	38		57			40			
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ				Эк(3) За ДифЗ(3)									Эк(5) ДифЗ(4) КР											
ПРАКТИКИ			(План)											180	174			174			6			5
	УП.02.01	Практические основы производства рекламной продукции	За										За	72	70			70			2			2
	ПП.02.01	Производство рекламной продукции	ДифЗ										ДифЗ	108	104			104			4			3

Учебный план (курс 4)

№	Индекс	Наименование	Семестр 7										Семестр 8														
			Контроль	Академических часов								Неделя	Контроль	Академических часов								Контр					
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Конт роль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Конт роль						
ИТОГО (с факультативами)				864										17													
ИТОГО по ОП (без факультативов)				864																							
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад. час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			54																							
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)																										
	Обязательная нагрузка			36																							
	Во взаимодействии с преподавателем			36																							
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				864	576	272	32	272			288		ТО: 16 Э: 1														
1	ОГСЭ.01	Основы философии	Эк	56	48	48					8																
2	ОГСЭ.04	Физическая культура	ДифЗ	64	32			32			32																
3	ЕН.04	Информационные технологии в профессиональной деятельности	ДифЗ	96	64	32	32				32																
4	ОП.01	Рисунок с основами перспективы	Эк	128	96			96			32																
5	ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ДифЗ КР	192	128	64		64			64			Эк За ДифЗ													
6	МДК.03.03	Проектная деятельность в сфере рекламы	ДифЗ КР	192	128	64		64			64																
7	ПМ.03.ЭК	Экзамен по модулю												Эк													
8	ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	Эк ДифЗ	144	96	64		32			48			Эк За ДифЗ													
9	МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	Эк	72	48	32		16			24																
10	МДК.04.02	Реклама и СО в сфере применения	ДифЗ	72	48	32		16			24																
11	ПМ.04.ЭК	Экзамен по модулю												Эк													
12	ПМ.05	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служ ащих	Эк(2)	184	112	64		48			72			Эк За ДифЗ													
13	МДК.05.01	Введение в профессию Агент рекламный	Эк	96	64	32		32			32																
14	МДК.05.02	Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг	Эк	88	48	32		16			40																
15	ПМ.05.ЭК	Квалификационный экзамен												Эк													
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ				Эк(5) ДифЗ(3) КР											Эк(3)												
ПРАКТИКИ			(План)												612	592			592		20						
	УП.03.01	Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта												За	72	70			70		2						
	УП.04.01	Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта												За	72	70			70		2						
	УП.05.01	Введение в профессию Агент рекламный												За	72	68			68		4						
	ПП.03.01	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта												ДифЗ	72	68			68		4						
	ПП.04.01	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта												ДифЗ	108	104			104		4						
	ПП.05.01	Выполнение работ по профессии Агент рекламный												ДифЗ	72	70			70		2						
	ПДП	Производственная практика (преддипломная)												ДифЗ	144	142			142		2						
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ			(План)												216	216			216								
	ГИА.01	Подготовка выпускной квалификационной работы													144	144			144								
	ГИА.02	Защита выпускной квалификационной работы													72	72			72								
	ГИА.04	Проведение государственных экзаменов																									

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета журналистики



В. В. Тулупов
26.05.2022 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

42.02.01 Реклама
базовая подготовка

На базе основного общего образования
Профиль: гуманитарный
Квалификация: Специалист по рекламе
Форма обучения: очная

Нормативный срок освоения программы: 3 года 10 месяцев

Год начала подготовки: 2022-2023 г.г.

В результате освоения программы среднего профессионального образования у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции:

– профессиональные компетенции:

Код	Формулировка компетенции	Планируемые результаты освоения соответствующих дисциплин (модулей), практик ¹
ПМ.0 1	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.	
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	
ПМ.0 2	Производство рекламной продукции	<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; <p>подготовки к производству рекламного продукта;</p> <p>производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</p> <p>уметь:</p>
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	

		<p>осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</p> <p>разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;</p> <p>использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</p> <p>знать:</p> <p>технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;</p> <p>технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;</p> <p>технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;</p> <p>технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>технология создания Интернет-рекламы;</p> <p>аппаратное и программное обеспечение.</p>
ПМ.0 3	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	<p>Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:</p> <p>иметь практический опыт:</p> <p>выявления требований целевых групп потребителей;</p> <p>разработки средств продвижения рекламного продукта;</p> <p>разработки маркетинговой части бизнес-плана;</p> <p>уметь:</p> <p>проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</p> <p>анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;</p> <p>проводить сегментирование рынка;</p> <p>принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</p> <p>знать:</p> <p>задачи, цели и общие требования к рекламе;</p>
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	

		<p>основные направления рекламной деятельности;</p> <p>виды рекламной деятельности;</p> <p>структуру рекламного рынка.</p>
ПМ.0 4	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	<p>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p> <p>В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:</p> <p>иметь практический опыт:</p> <p>планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</p> <p>контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</p> <p>взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</p> <p>подготовки документации для регистрации авторских прав;</p> <p>уметь:</p> <p>составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>работать с рекламой в средствах массовой информации;</p> <p>проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</p> <p>проводить презентацию рекламного продукта;</p> <p>подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;</p> <p>знать:</p> <p>экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</p> <p>основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</p> <p>пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</p> <p>основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;</p> <p>аспекты планирования рекламы;</p> <p>этапы принятия и реализации управленческих решений;</p> <p>классификацию целей менеджмента.</p>
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	

ПМ.0 5	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	иметь практический опыт: - ведения переговоров с заказчиком; - использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа; - организации связи со СМИ; уметь: - контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры; - осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; - выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; знать: - 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; - социально-психологические основы рекламы;
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	
ПК 5.2	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	
ПК 5.3	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	
ПК 5.4	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	
ПК 5.5	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.	

– общие компетенции:

Код	Формулировка компетенции	Планируемые результаты освоения соответствующих дисциплин (модулей), практик ¹
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	уметь: ориентироваться в наиболее общих философских проблемах бытия, познания, ценностей, свободы и смысла жизни как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста; знать: основные категории и понятия философии; роль философии в жизни человека и общества; основы философского учения о бытии; сущность процесса познания; основы научной, философской и религиозной картин мира; об условиях формирования личности, свободе и ответственности за сохранение жизни, культуры, окружающей среды; о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий;
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы	уметь: ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;

	<p>выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем;</p> <p>знать:</p> <p>основные направления развития ключевых регионов мира на рубеже веков (XX и XXI вв.);</p> <p>сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX - начале XXI вв.;</p> <p>основные процессы (интеграционные, поликультурные, миграционные и иные) политического и экономического развития ведущих государств и регионов мира;</p> <p>назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности;</p> <p>о роли науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций;</p> <p>содержание и назначение важнейших нормативных правовых актов мирового и регионального значения;</p>
ОК 3.	<p>Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся по общепрофессиональным дисциплинам должен:</p> <p>уметь:</p> <p>использовать теоретические положения рисунка в профессиональной практике;</p> <p>выполнять линейные построения предметов, интерьера, улицы, фигуры человека;</p> <p>выполнять тональный рисунок;</p> <p>выполнять стилизованную графику, выдерживая единство стиля;</p> <p>применять изображение фигуры в композиции;</p> <p>знать:</p> <p>основные положения теории перспективы;</p> <p>способы линейного построения объектов;</p> <p>конструкцию светотени;</p> <p>профессиональную методику выполнения графической работы;</p> <p>приёмы графической стилизации;</p> <p>пропорционирование головы, деталей лица, фигуры и её частей;</p>
ОК 4.	<p>Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного</p>	<p>уметь:</p> <p>выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи;</p> <p>использовать теоретические положения цветоведения в профессиональной практике;</p>

	<p>выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>правильно использовать живописную технику; выполнять живописный этюд; выдерживать живописное состояние этюда; создавать стилизованные изображения с использованием цвета; использовать теорию цветоведения и художественный язык цветовых отношений; знать: основные положения теории цветоведения; способы создания цветовой композиции; особенности работы с разными живописными техниками; способы создания цветом объёма и пространства; методику использования цвета в живописном этюде фигуры; возможности живописно-графических стилизаций; методы создания стилизованных живописных изображений; художественный язык использования цвета в электронном изображении;</p>
ОК 5.	<p>Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>уметь: использовать изученные прикладные программные средства; использовать средства операционных систем и среды для обеспечения работы вычислительной техники; знать: применение программных методов планирования и анализа проведённых работ; виды автоматизированных информационных технологий; основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (далее - ЭВМ) и вычислительных систем; основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации;</p>
ОК 6.	<p>Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>уметь: организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций; предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;</p>

		<p>использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;</p> <p>применять первичные средства пожаротушения;</p> <p>ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;</p> <p>применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью;</p> <p>владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;</p> <p>оказывать первую помощь пострадавшим;</p> <p>знать:</p> <p>принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;</p> <p>основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;</p> <p>основы военной службы и обороны государства;</p> <p>задачи и основные мероприятия гражданской обороны, способы защиты населения от оружия массового поражения;</p> <p>меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;</p> <p>организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;</p> <p>основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;</p> <p>область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы;</p> <p>порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.</p>
ОК 7.	<p>Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения</p>	<p>уметь:</p> <p>использовать представление:</p> <p>о взаимосвязи организмов и среды обитания;</p> <p>об условиях устойчивого состояния экосистем и причинах возникновения экологического кризиса;</p>

	заданий.	о природных ресурсах России и мониторинге окружающей среды; об экологических принципах рационального природопользования; знать: правовые вопросы экологической безопасности;
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	уметь: использовать свои знания в профессиональной деятельности; знать: характерные черты художественных стилей различных исторических эпох; творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов;
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен: уметь: применять математические методы для решения профессиональных задач; использовать приемы и методы математического синтеза и анализа в различных профессиональных ситуациях; знать: основные понятия и методы математического синтеза и анализа, дискретной математики, теории вероятностей и математической статистики;
ОК 10.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	уметь: общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности; самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; знать: лексический (1200 - 1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности; уметь: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;

		<p>знать:</p> <p>о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни.</p>
ОК 11.	Владеть основами предпринимательской деятельности.	<p>уметь:</p> <p>определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план организации;</p> <p>знать:</p> <p>экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</p>

В Приложении 1 приведен календарный график освоения элементов образовательной программы, в Приложении 2 – календарный график формирования компетенций.

Оценка качества освоения обучающимися образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую (итоговую) аттестацию (далее – ГИА (ИА)) обучающихся, а также контроль остаточных знаний¹, проводимые с использованием фондов оценочных средств отдельных элементов образовательной программы (дисциплин (модулей), практик, ГИА (ИА)) (включены в соответствующие рабочие программы) и настоящего фонда оценочных средств по образовательной программе в соответствии с учебным планом, календарным графиком формирования компетенций.

На основе рабочих программ (фондов оценочных средств) дисциплин (модулей), практик, ГИА (ИА) образовательной программы сформированы комплексы заданий (включающие тестовые задания, ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы для оценки сформированности компетенций у обучающегося (далее – фонд оценочных средств сформированности компетенций) (представлен в Приложении 3). Задания фонда оценочных средств по образовательной программе размещены на Образовательном портале «Электронный университет ВГУ».

Критерии и шкалы оценивания:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) тестовые задания:

– средний уровень сложности (в формулировке задания перечислены все варианты ответа *(на Образовательном портале «Электронный университет ВГУ» реализованы с помощью вопросов следующих типов: множественный выбор, верно/неверно, на соответствие, все или ничего)*):

¹Контроль остаточных знаний – это процесс определения качества подготовки специалистов в целом, позволяющий выявить уровень остаточных знаний (знания учебного материала, которые сохраняются в памяти обучающегося длительное время и позволяют ему использовать их в практической деятельности) по изучаемым за определенный период обучения дисциплинам.

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

– повышенный уровень сложности (в формулировке задания отсутствуют варианты ответа *(на Образовательном портале «Электронный университет ВГУ» реализованы с помощью вопросов следующих типов: короткий ответ, числовой ответ)*):

- 2 балла – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

2) расчетные задачи, ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы *(на Образовательном портале «Электронный университет ВГУ» реализованы с помощью вопросов типа эссе)*:

– средний уровень сложности:

- 5 баллов – задача решена верно (получен правильный ответ, обоснован (аргументирован) ход решения);
- 2 балла – решение задачи содержит незначительные ошибки, но приведен правильный ход рассуждений, или получен верный ответ, но отсутствует обоснование хода ее решения, или задача решена не полностью, но получены промежуточные результаты, отражающие правильность хода решения задачи, или, в случае если задание состоит из решения нескольких подзадач, 50% которых решены верно;
- 0 баллов – задача не решена или решение неверно (ход решения ошибочен или содержит грубые ошибки, значительно влияющие на дальнейшее изучение задачи).

Приложение 1

Календарный график освоения элементов образовательной программы

Компетенция	2 курс		3 курс		4 курс	
	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
ПК 1.1	ОП.07 МДК.01.01 МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05	ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02 УП.01.01 ПП.01.01	ОП.03.		ОП.01 ОП.02.	
ПК 1.2	ОП.07 МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05	ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02 УП.01.01 ПП.01.01	ОП.03.		ОП.01 ОП.02.	
ПК 1.3	ОП.07 МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05	ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02 УП.01.01 ПП.01.01			ОП.01 ОП.02.	
ПК 1.4	МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05	ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02 УП.01.01 ПП.01.01				
ПК 1.5	ОП.07 МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05	ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02 УП.01.01 ПП.01.01				

Компетенция	2 курс		3 курс			4 курс	
	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр	
ПК 2.1		ОП.05.	МДК.01.02 МДК.01.03 МДК.01.05 МДК.01.06	ОП.04. МДК.01.01 МДК.01.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОП.01 ОП.02.		
ПК 2.2		ОП.05.	МДК.01.02 МДК.01.03 МДК.01.05 МДК.01.06	ОП.04. МДК.01.01 МДК.01.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОП.01 ОП.02.		
ПК 2.3		ОП.05.	МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01			
ПК 3.1		ОП.05.		МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04	МДК.03.03	УП.03.01 ПП.03.01	
ПК 3.2		ОП.05.		ОП.04. МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04	МДК.03.03	УП.03.01 ПП.03.01	
ПК 4.1		ОП.05.			МДК.04.01 МДК.04.02	УП.04.01 ПП.04.01	

Компетенция	2 курс		3 курс		4 курс	
	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
ПК 4.2		ОП.05.			МДК.04.01 МДК.04.02	УП.04.01 ПП.04.01
ПК 4.3		ОП.05.			МДК.04.01 МДК.04.02	УП.04.01 ПП.04.01
ПК 5.1					МДК.05.01 МДК.05.02	УП.05.01 ПП.05.01
ПК 5.2					МДК.05.01 МДК.05.02	УП.05.01 ПП.05.01
ПК 5.3					МДК.05.01 МДК.05.02	УП.05.01 ПП.05.01
ПК 5.4					МДК.05.01 МДК.05.02	УП.05.01 ПП.05.01
ПК 5.5					МДК.05.01 МДК.05.02	УП.05.01 ПП.05.01

Компетенция	2 курс		3 курс			4 курс	
	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр	
ОК 1.	ОГСЭ.02 ЕН.01. ЕН.03. УП.01.01 ОП.07	ЕН.02.	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.01 ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01 УП.05.01 ПП.05.01	
ОК 2.	ОГСЭ.02 ЕН.01. ЕН.03. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05 УП.01.01 ПП.01.01 ОП.07	ЕН.02. ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.01 ОГСЭ.04. ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01 УП.05.01 ПП.05.01	

Компетенция	2 курс		3 курс		4 курс	
	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
ОК 3.	ОГСЭ.02 ЕН.01. ЕН.03. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05 УП.01.01 ОП.07	ЕН.02. ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.01 ОГСЭ.04. ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01 УП.05.01 ПП.05.01
ОК 4.	ОГСЭ.02 ЕН.01. ЕН.03. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05 УП.01.01 ПП.01.01	ЕН.02. ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.01 ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01 УП.05.01 ПП.05.01
ОК 5.	ОГСЭ.02 ЕН.01. ЕН.03. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05 УП.01.01 ПП.01.01	ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.01 ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01 УП.05.01 ПП.05.01

Компетенция	2 курс		3 курс		4 курс	
	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
ОК 6.	ОГСЭ.02 ЕН.01. ЕН.03. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05 ПП.01.01	ЕН.02. ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.01 ОГСЭ.04. ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01 УП.05.01 ПП.05.01
ОК 7.	ОГСЭ.02 ЕН.01. ЕН.03. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05	ЕН.02. ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.01 ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01 УП.05.01 ПП.05.01

Компетенция	2 курс		3 курс		4 курс	
	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
ОК 8.	ОГСЭ.02 ЕН.01. ЕН.03. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05 ОП.07	ЕН.02. ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.01 ОГСЭ.04. ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01
ОК 9.	ОГСЭ.02 ЕН.01. ЕН.03. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05 ПП.01.01	ОП.05. МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.01 ОГСЭ.04. ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01

Компетенция	2 курс		3 курс			4 курс	
	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр	
ОК 10.	ЕН.01. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05	МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОГСЭ.03. ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОГСЭ.04. ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01	
ОК 11.	ЕН.03. МДК.01.03 МДК.01.04 МДК.01.05 ОП.07	ЕН.02. МДК.01.01 МДК.01.02	ОП.03. МДК.02.02 МДК.02.03 МДК.02.05 МДК.02.06	ОП.04. МДК.02.01 МДК.02.04 МДК.03.01 МДК.03.02 МДК.02.04 УП.02.01 ПП.02.01	ОП.01 ОП.02. МДК.03.03 МДК.04.01 МДК.04.02 МДК.05.01 МДК.05.02	УП.03.01 ПП.03.01 УП.04.01 ПП.04.01	

Приложение 2

Календарный график формирования компетенций

Компетенции	2 курс		3 курс		4 курс	
	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Общие						ОК1-11
Профессиональн ые		ПК 1.1. – ПК 1.5		ПК 2.1-2.3		ПК 3.1 – 3.2 ПК 4.1 – 4.3 ПК. 5.1- ПК 5.5

Приложение 3 Фонд оценочных средств сформированности компетенций

ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

В результате освоения ПК 1.1. обучающийся должен:

иметь практический опыт:

выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

уметь:

осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

знать:

выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

методы проектирования рекламного продукта;

методы психологического воздействия на потребителя.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)

ОП.03 История изобразительного искусства (5 семестр)

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ОП.07 История и теория дизайна (3 семестр)

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции (3,4 семестр)

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ОП.01 Рисунок с основами перспективы
Выберите правильный вариант ответа: Сколько точек схода при построении имеет «угловая» перспектива?

- A. одну точку схода
- B. две точки схода**
- C. три точки схода
- D. четыре точки схода

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

Выберите правильный вариант ответа:

Дайте пояснение черному цвету:

A. самый горячий цвет с самой высокой побудительной способностью, так называемым «призывом к действию». Наилучший цвет для упаковок супов, сигарет;

B. броский, особенно в сочетании с черным; физиологически оправдан на упаковках зерновых продуктов, лимонов и цитрусовых;

C. передает ощущение сложности, высокой технологичности; создает впечатление высокой стоимости; хорош в качестве фона и для обрамления;

D. мужской цвет, ассоциируется с землей, зрелостью, теплом, комфортом - сущностью мужественности. Весьма способствует продаже любого товара;

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Выберите вариант, в котором правильно указаны названия картин и их авторы.

1) «Мишка косолапый» И. Шишкин; «Черный квадрат» Сальвадор Дали; «Пруд с кувшинками» Клод Моне

2) «Ночной позор» Рембрант; «Десятый вал» И. Айвазовский; «Девушка с жемчужной серёжкой» Ян Веремеер

3) «Звёздная ночь» Ван Гог, «Странник над морем тумана» Ф. Д. Каспар; «Три Грации» Рубенс

4) «Возвращение блудного сына» Джотто; «Постоянство памяти» Ван Гог; «Человек ест яблоко» Рене Магритт

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

. Выберите телефоны экстренных служб РФ

- A) 112**
- B) 113
- C) 911
- D) 01

ОП.07 История и теория дизайна

Выберите правильный вариант ответа:

Какая из функций дизайна направлена на доставление человеку удовольствия и компенсацию недостаточной удовлетворенности жизнью?

Е. гедонистичнская

Ф. гуманизирующая

Г. эстетическая

Д. экологическая

Выберите правильный вариант ответа:



Перед нами пример:

Н. биомимикрии

В. вторичной переработки

С. энергосбережения

Д. загрязнения окружающей среды

Выберите правильный вариант ответа:

Укажите автора проекта:



А. Джио Понти

І. Джон Глоаг

Ј. Герберт Рид

К. У. Моррис

ОП.09 Социология рекламной деятельности

Выберите правильный вариант ответа:

Фокус-группа относится к:

<p>L. <i>качественным видам исследования</i></p> <p>M. <i>количественным видам исследования</i></p> <p>N. <i>смешанным видам исследования</i></p> <p>O. <i>кабинетным исследованиям</i></p>
<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа: Social Media Marketing - это ...</p> <p>A. продвижение бренда в социальных медиа. Основная цель состоит в формировании имиджа компании, разработка стратегии и концепции взаимодействия.</p> <p>B. социальный брендовый маркетинг. Основная цель в формировании положительного имиджа, без разработки стратегии.</p> <p>C. продвижение социального медиа ресурса в интернете и формировании положительного имиджа.</p> <p>D. социологические исследования в маркетинге</p>
<p>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа: Дизайнерское проектирование- это:</p> <p>P. соединение в целостной структуре и гармоничной форме всех общественно необходимых свойств проектируемого объекта;</p> <p>Q. основная идея будущего объекта, формулировка его смыслового содержания как идейно-тематической базы проектного замысла;</p> <p>R. проектная деятельность, имеющая целью создание образцов изделий функционального назначения, изготавливаемых промышленными методами;</p> <p>S. нет правильного ответа</p>
<p>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</p>
<p>Склонность пользователей игнорировать элементы, которые они воспринимают как рекламу называется –</p> <p>T. баннерная слепота</p> <p>U. пользовательская близорукость</p> <p>V. конверсия</p> <p>W. фильтрация</p>
<p>МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа: Какой прием композиционного построения делает композицию более живой, динамичной, беспокойной; подходит для передачи сильных чувств, стремления к переменам, дальнейшему прогрессу:</p>

Х. асимметрия;

У. метр;

С. нюанс;

Д. симметрия;

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

Выберите правильный вариант ответа:

Главным (основополагающим) изобразительным средством фототворчества является:

Z. линейная перспектива

АА. точка съёмки

ВВ. свет

СС. момент съёмки

Выберите правильный вариант ответа:

Экспокоррекция: в каком из полуавтоматических режимов фотокамеры она доступна:

DD. программный

ЕЕ. приоритет диафрагмы

FF. приоритет выдержки

GG. во всех перечисленных выше

Выберите правильный вариант ответа:

Какой из нижеперечисленных практических приемов не является приёмом акцентирования внимания на СВКЦ кадра:

НН. размещение в зоне одной из активных точек

ИИ. вынесение на передний план

JJ. размещение на границе светлого и темного фонов

КК. короткая/длинная выдержка

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта

Выберите правильный вариант ответа:

Вид интернет-рекламы, которая появляется в зависимости от поискового запроса пользователя к поисковой машине (например, в Яндекс или Google) или в зависимости от смысла конкретной веб-страницы в рекламной сети Яндекса или Google, которую смотрит пользователь в данный момент, называется:

LL. контекстная реклама

ММ. таргетированная реклама

NN. вирусная реклама

ОО. баннерная реклама

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.

Выберите правильный вариант ответа:

Дизайн среды – это:

PP. художественно-проектная деятельность, основным средством которой служит графика;

QQ. проектная деятельность, имеющая целью создание образцов изделий функционального назначения, изготавливаемых промышленными методами;

RR. формирование (проектирование и реализации) средовых объектов и систем; представление об облике, стилевых или образных характеристиках средового объекта или системы

SS. нет правильного ответа

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

Отсутствие симметрии и ее элементов...

Ответ: ассиметрия

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

Какой цвет стимулирует функцию мозга?

Ответ: Желтый

ОП.03 История изобразительного искусства

Ориентализм в живописи вдохновляется искусством стран...

Ответ: Востока

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Укажите основными способами борьбы с лесными пожарами.

Ответ: Захлестывание кромки огня, засыпка его землей, заливка водой (химикатами).

ОП.07 История и теория дизайна

Научная дисциплина, комплексно изучающая функциональные возможности человека в конкретных условиях его трудовой деятельности в целях оптимизации механизмов, изделий и рабочих мест, наиболее удобных для работника

Ответ: Эргономика

<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности</p>
<p>Группа людей со схожими потребностями и интересами, которые компания может удовлетворить путем реализации своих продуктов</p> <p>Ответ: целевая аудитория</p> <p><i>Интенсивный процесс выбора, организации и регулярного обновления, бытовых вещей, в котором неизбежно участвует каждый член общества.</i></p> <p>Ответ: потребление</p> <p><i>Аналитическая процедура деления всей потенциальной рекламной аудитории на однородные группы</i></p> <p>Ответ: сегментирование</p>
<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p>
<p><i>Любая оплаченная форма неличного представления группе людей фактов о товарах, услугах или идеях</i></p> <p>Ответ: реклама</p>
<p>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</p>
<p><i>Полными вертикальными членениями можно подчеркнуть вертикальность объемной композиции?</i></p> <p>Ответ: да</p>
<p>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</p>
<p><i>ЗАДАНИЕ 1. Маркетинговый прием, который позиционирует продукт или бренд более натуральным и экологичным, чем он есть на самом деле, с целью увеличения прибыли</i></p> <p>Ответ: гринвошинг</p>
<p>МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика</p>
<p><i>Рекламное сообщение в прессе, занимающее определенную стандартную площадь</i></p> <p>Ответ: (рекламный) модуль</p>
<p>МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии</p>
<p>На основании именно этого закона формулируется понятие «композиция». Согласно этому закону, любая замена, изъятие объектов, перемещение или добавление их приведет к изменению замысла, нарушению задуманной композиции фотоснимка. Это закон:</p> <p>Ответ: целостности</p>

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта
<p>Маркетинг, направленный на удовлетворение потребностей ЦА через товары и услуги, которые помогают беречь окружающую среду.</p> <p>Ответ: экологический (маркетинг)</p> <p>Отрасль дизайна , направленная на облегчение и совершенствование пользовательского опыта во взаимодействии с различными IT- продуктами</p> <p>Ответ: UX-дизайн</p>
ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.
<p>Процесс поиска такой рыночной позиции для компании, продукта или услуги, которая будет выгодно отличать ее (его) от положения конкурентов. Осуществляется с учетом конкретной целевой группы потребителей, для которой создаются и предлагаются преимущества и уникальность.</p> <p>Ответ: позиционирование</p>

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОП.01 Рисунок с основами перспективы
<p>Особенности передачи масштаба в рисунке:</p> <p>Ответ: Масштаб – соотношение, которое показывает, во сколько раз каждая линия, форма, нарисованная в формате или чертеже, меньше или больше ее действительных размеров. Есть три вида масштаба : численный, линейный , именованный. Передача масштаба , соответствие размеру листа–одна из важных задач обучения рисунку.</p>
ОП.02 Живопись с основами цветоведения
<p>В чем, опасность монохроматической окраски среды, рассчитанной на длительное пребывание в ней человека?</p> <p>Ответ: монохроматическая окраска среды обитания ведёт к цветовому утомлению.</p>
ОП.03 История изобразительного искусства
<p>Прочитайте высказывания об одной из самых известных картин Пикассо и определите, о каком произведении идёт речь.</p> <p>«(...) - страшное обвинение фашизму и <u>Фрэнко</u>. Она мобилизовывала и поднимала на борьбу народы, всех мужчин и женщин доброй воли. Если бы Пабло Пикассо за свою жизнь не создал ничего, кроме (...), его всё равно можно</p>

было бы причислить к лучшим художникам нашей эпохи»

«Люди моего поколения хорошо помнят, как фашисты подвергли садистской бомбардировке город Гернику во время гражданской войны в Испании. Художник показал зверское лицо войны, отражение той страшной действительности в абстрактных формах, и она по-прежнему в нашем антивоенном арсенале»

«(...) Пикассо стала вечным напоминанием об ужасах войны и одним из самых знаменитых антивоенных символов».

Ответ: Герника

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Вы обнаружили мужчину без признаков жизни. Сознание отсутствует, пульс на сонной артерии не определяется, движения грудной клетки не видны.

Ответ: Вызвать скорую медицинскую помощь, пострадавшего уложить горизонтально на жесткую поверхность и незамедлительно приступить к проведению СЛР.

ОП.07 История и теория дизайна

Данный предмет относится к ДПИ или к дизайну. Почему?



Ответ: К ДПИ, т.к. создан в единственном экземпляре, является средством творческого самовыражения, его массовое производство невозможно, эстетическая функция превалирует над удобством в использовании

Данный продукт относится к дизайну или ДПИ. Почему?



Ответ: Дизайн, ориентирован на массовое производство, соответствует критериям надежности, удобства и эстетической привлекательности

ОП.09 Социология рекламной деятельности

Составьте пример косвенного вопроса для анкеты

Ответ: Пример:

Некоторые специалисты полагают, что отказ от животных жиров в рационе человека неминуем. А вы как думаете?

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Какие каналы для размещения рекламы являются типичными для ATL-коммуникаций?

Ответ: телевидение;

- радио;
 - печатные СМИ;
 - наружная реклама
- реклама в интернете

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Перечислите основные правила создания логотипа

Ответ:

Логотип должен передавать правильный образ основного посыла, который вы хотите донести до потребителя. Логотип должен быть хорошо читаем, если человек сразу не поймет дизайн логотипа, значит он не эффективный.

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Приведите 5 инструментов BTL-рекламы

Ответ: выставки, PR-мероприятия (праздники, открытия), директ-маркетинг, спонсорство, стимулирование сбыта, дегустации

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

Расскажите, какие гарнитуры шрифтов вы использовали бы для заголовков, а какие - для основного текста. Почему?

Ответ: гротескные шрифты - для заголовков, а антиквы для основного текста. Так как шрифты без засечек больше привлекают внимание, а от шрифтов с засечками меньше устают глаза

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

По какому принципу могут быть объединены в серию тематически не связанные фотографии?

Ответ: по принципу построения композиции, ритму, цветовому решению, жанровым признакам

Перечислите основные запреты при съемке и обработке портрета?

Ответ: кадрирование "суставам", вспышка "в лоб", герой смотрит "из кадра"

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта

Опишите корпоративного героя для кинотеатра Спартак. Дайте обоснование.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. корпоративный герой связан с какой-то легендой или историей. ассоциируется с кинотеатром.
2 балла - не оригинальное предложение, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - герой тривиальный, обоснования нет

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.

Опишите корпоративного героя для Воронежского краеведческого музея. Дайте обоснование.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. корпоративный герой связан с какой-то легендой или историей, ассоциируется с музеем.
2 балла - неоригинальное предложение, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - герой тривиальный, обоснования нет

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

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

В результате освоения ПК 1.2 обучающийся должен:

иметь практический опыт:

создания визуального образа с рекламными функциями;
художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

знать:

выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
методы проектирования рекламного продукта.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)

ОП.03 История изобразительного искусства (5 семестр)

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ОП.07 История и теория дизайна (3 семестр)

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

Выберите правильный вариант ответа:

Назовите тип ордера:



- A. коринфский
- B. ионический
- C. дорический
- D. верных ответов нет

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

Выберите правильный вариант ответа:

Дайте пояснение зелёному цвету:

- ТТ. мужской цвет, ассоциируется с землей, зрелостью, теплом, комфортом - сущностью мужественности. Весьма способствует продаже любого товара;
- УУ. самый «съедобный» цвет, особенно его оттенок; напоминает об осени и вкусных вещах;
- С. передает ощущение сложности, высокой технологичности; создает впечатление высокой стоимости; хорош в качестве фона и для обрамления
- D. символ здоровья и свежести, часто используется для упаковки жевательных резинок;**

ОП.03 История изобразительного искусства

Какие из перечисленных картин лучше всего подходят для рекламы загородного курорта?

- 1) «Утро в сосновом лесу» И. Шишкин; «Распутица» А. Саврасов»; «Восход с морскими чудовищами» У. Тёрнер
- 2) «Над вечным покоем» И. Левитан; «Пруд с кувшинками» К. Моне; «Пастораль» Т. Коул**
- 3) «Сад земных наслаждений» Борхес; «Натюрморт с черепом» П. Сезанн; «Бурлаки на Волге» И. Репин
- 4) «Девятый вал» Айвазовский; «Плот Медузы» Т. Жерико; «Сотворение Адама» Микеланджело

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Условия жизнедеятельности, при которых уровень опасностей и угроз не

выходит за рамки приемлемых значений, а безопасность жизнедеятельности оценивается как достаточная:

- A) комфортные
- B) экстремальные

C) допустимые

D) средние

ОП.07 История и теория дизайна

Выберите правильный вариант ответа:

Результатом стадии синтеза является....

VV. описание найденного решения проектной проблемы (схема, эскиз)

WW. идея

XX. окончательный продукт

YY. верных ответов нет

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Выберите правильный вариант ответа:

Модульная композиция. Какое из условий построения нельзя применять:

A. повороты модуля на 90°

B. увеличение модульного блока до 2, 4, 6 модулей

C. применение другого, близкого по форме модуля

D. построение модуля по вертикали и горизонтали

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Выберите правильный вариант ответа:

Дайте пояснение голубому цвету:

ZZ. символ здоровья и свежести, часто используется для упаковки жевательных резинок;

AAA. передает ощущение сложности, высокой технологичности; создаёт впечатление высокой стоимости; хорош в качестве фона и для обрамления;

BBB. самый холодный и привлекательный цвет; эффективен на упаковках замороженных продуктов (создает ощущение холода и льда);

ССС. мужской цвет, ассоциируется с землей, зрелостью, теплом, комфортом - сущностью мужественности. Весьма способствует продаже любого товара

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Выберите правильный вариант ответа:

Малоформатное издание, выпускаемое, в силу своей экономичности, большим тиражом; содержат в большинстве случаев одну или две иллюстрации рекламируемых изделий с подробным техническим описанием и характеристиками; часто применяются на выставках, ярмарках, кинофестивалях для раздачи посетителям и зрителям:

DDD. афиши; EEE. буклеты; С. каталоги; D. рекламные листовки;
МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика
Выберите правильный вариант ответа: Короткий, обычно перпендикулярный штрих на конце буквы, с которого начинается и которым заканчивается основной штрих знака: FFF. концевой элемент GGG. перекладина ННН. засечка III. Акцент
МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии
Выберите правильный вариант ответа: Какое изобразительное средство не используется для передачи пространства в композиции фотоснимка? JJJ. линейная/тональная перспектива ККК. динамика LLL. чередование MMM. планы/глубина резкости
УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта
Выберите правильный вариант ответа: «Образ - буква». Буква как модуль композиции. Какое условие нельзя применять: А. повторяемость модуля, повороты на 90° В. увеличение, уменьшение модуля С. добавление к модулю других букв, близких по силуэту модуля D. утолщение модуля, применение диагональной композиции
ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.
Выберите правильный вариант ответа: «Стилизация» в композиции - это: NNN. превращение объемной формы в плоскостную ООО. обобщение и изображение формы без второстепенных элементов PPP. усложнение формы, добавление деталей, отсутствующих в натуре QQQ. верного ответа нет

ОП.01 Рисунок с основами перспективы
<i>Зеркальная, центрально-осевая, диагональная, винтовая - основные виды симметрии?</i>
Ответ: да
ОП.02 Живопись с основами цветоведения
Изображение людей, животных, машин, деталей оборудования ..
Ответ: стаффаж
ОП.03 История изобразительного искусства
. На рекламном постере фильма о раннем Средневековье изображено сооружение, напоминающее крепость, с толстыми стенами и окнами-бойницами. Это стиль...
Ответ: романский
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности
Что должны представлять действия при возгорании масла на сковороде во время приготовления пищи на кухне?
Ответ: Накрыть сковороду крышкой для прекращения поступления кислорода воздуха, который поддерживает горение масла.
ОП.07 История и теория дизайна
<i>Функция дизайна, выражающаяся в том, что вещи, спроектированные ведущими мировыми дизайнерами, за относительно невысокую цену, могут приобрести различные категории людей.</i>
Ответ: демократизирующая
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
<i>Закономерное повторение и чередование соразмерных элементов, называется "метр"?</i>
Ответ: нет
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта
Изображение ландшафта, растительности (деревья, кустарники, трава) это
Ответ: антураж
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта
В типографском деле — процесс складывания листов в тетради определённого объёма и формата
Ответ: фальцовка
МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

Нюансное отклонение от симметрии....

Ответ: дисимметрия

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

В чем принято измерять баланс белого (цветовую температуру)?

Ответ: кельвинах (К)

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта

Дополняя макет фигурой человека дизайнер подчеркивает... проекта

Ответ: масштабность

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.

Для изображения невидимых элементов на чертеже используют...

Ответ: пунктирную линию

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

Описать основные этапы проработки композиции.

Ответ:

- поиск сюжета;
- • зарождение замысла;
- • сбор материала;
- • первоначальная редакция композиции;
- • воплощение композиции в черновом варианте

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

Значение природы восприятия цвета для создания рекламы

Ответ:

Физика цвета, хроматические и ахроматические цвета

ОП.03 История изобразительного искусства

Прочитайте текст и определите, о каком жанре изобразительного искусства идёт речь.

Для рекламы нового ресторана решили использовать известное произведение живописи. Традиционно в этом жанре «изображаются предметы неодушевлённой природы, соединённые художником в отдельную группу и представляющие собой целостную композицию». Само название этого жанра переводится как «мёртвая природа».

Ответ: натюрморт

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Женщина получила резаную рану передней поверхности предплечья. Из раны вытекает струей кровь темно-вишневого. Увидев кровь, пострадавшая потерял сознание.

Ответ: Венозное кровотечение. Наложить давящую повязку на рану. Уложить пострадавшую на ровную поверхность, расстегнуть стесняющую одежду, обеспечить доступ свежего воздуха, ноги приподнять, дать понюхать нашатырный спирт.

ОП.07 История и теория дизайна

Расставьте процессы создания дизайн-продукта в логическом порядке: передача информации о проекте, конструирование, синтез, анализ, сбор информации, составление плана.

Ответ: Составление плана, сбор информации, анализ, синтез, конструирование, передача информации о проекте.

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Перечислите элементы фирменного стиля

Ответ: номинация, логотип, фирменный шрифт, фирменный цвет, товарный знак, слоган

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Этапы разработки логотипа

Ответ: анализ деятельности компании и конкурентов;

- создание предварительных эскизов;
 - презентация и оценка эффективности нового **логотипа**;
 - внесение корректировок;
- презентация конечного результата.

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Назовите 5 видов наружной рекламы.

Ответ: Например, билборд, ситилайт, штендер, вывеска, пиллар

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика
1. Виды, средства, приемы композиции в проектировании рекламы. Ответ: Композиционные правила: передачи движения (динамики), покоя (статики), золотого сечения (одной трети) передача ритма, симметрии и асимметрии 2. Классификация шрифтов. Ответ: Антиква (с засечками); Гротеск (без засечек); Рукописные (имитирующие человеческий почерк); Акцидентные (для заголовков и плакатов)
МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии
Что нужно сделать во время съёмки, чтобы получить снимок с ракурсом? Ответ: Для получения снимка с ракурсом (искажением) можно применить верхнюю, нижнюю или боковую точки съёмки по отношению к снимаемому объекту, а также значительное приближение к объекту.
УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта
Компьютерные цветовые модели. Ответ: Цветовые модели описывают цветовые оттенки с помощью смешивания нескольких основных цветов. CMY, CMYK, CMYK256, RGB, HSB, HLS, L*a*b
ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.
Описать буклет как вид полиграфической рекламной продукции. Ответ: Издание в виде одного листа печатного материала, сфальцованного любым способом в два или более сгибов. Несколько видов буклетов в зависимости от фальцовки. Бывают также информационными, пригласительными, акционными, образовательными

ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

В результате освоения ПК 1.3 обучающийся должен:
 иметь практический опыт:

создания визуального образа с рекламными функциями;
художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
уметь:
разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
знать:
выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
методы проектирования рекламного продукта.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

<p>ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Каким может быть эскиз?</p> <p>RRR. линейным и светотеневым; SSS. объёмным и светотеневым; TTT. линейным; UUU. плоскостным и объёмным</p>
<p>ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)</p> <p>Выберите правильный вариант ответа:</p> <p>Что из перечисленного НЕ относится к акриловым краскам:</p> <p>А) состоят из пигментов, смешанных с эмульсией акриловой смолы. В) нельзя разбавлять водой, С)они быстро сохнут и становятся водостойкими. D)по мере высыхания акриловой краски ее оттенок имеет тенденцию темнеть.</p>
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)</p> <p>Целью и задачей меркантильного терроризма является:</p>

- A) нанесение большего вреда
- B) нанесение незначительно вреда
- C) получение материальных выгод
- D) верных ответов нет

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Выберите правильный вариант ответа:

Какой способ позиционирования использовался в рекламе батареек Duracell?



- VVV. **против определенного конкурента**
- WWW. против товарной категории
- XXX. по методу использования продукта
- YYY. верных ответов нет

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Выберите правильный вариант ответа:

Графический дизайн – это...

- ZZZ. художественно-проектная деятельность, основным средством которой служит графика;**
- AAAA. проектная деятельность, имеющая целью создание образцов изделий функционального назначения, изготавливаемых промышленными методами;
- С. формирование (проектирование и реализации) средовых объектов и систем; представление об облике, стилевых или образных характеристиках средового объекта или системы
- D. творчество по созданию высокохудожественных изделий для быта

Выберите правильный вариант ответа:

Модернизация – это:

А. изменение отдельных параметров изделия (объекта), с целью более полного соответствия его изменившимся требованиям;

В. изменение структуры или компонентов объекта, вызванное необходимостью соответствия социокультурной ситуации;

С. формирование визуального образа изделий путем использования внешних признаков выбранного дизайнером стиля;

Д. процесс конкретного решения проектной задачи с применением категориального аппарата дизайна

ЗАДАНИЕ. Выберите правильный вариант ответа:

Модификация – это:

ВВВВ. изменение отдельных параметров изделия (объекта), с целью более полного соответствия его изменившимся требованиям;

СССС. художественно-проектная деятельность, направленная на формирование коммерчески выгодного внешнего решения объекта, не затрагивающая его технологических качеств;

ДДДД. формирование визуального образа изделий путем использования внешних признаков выбранного дизайнером стиля;

ЕЕЕЕ. нет правильного ответа

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Легкая бумажная, картонная или пластиковая рекламная конструкция, которая подвешивается к потолку, выполняет навигационную функцию в магазинах и офисах:

FFFF. мобайл;

GGGG. воблер;

NNNN. шелфтокер;

IIII. стоппер;

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

Средства выразительности композиции, это

а. приемы выражения художественного образа

б. поиски решений и варианты композиций

в. технические средства и условия исполнения задания

г. приемы сравнения элементов композиции

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

В фото и телесъемке существует понятие «режимное время». Что именно имеется в виду?

JJJJ. ненастная погода

KKKK. сумерки

LLLL. закатный или предрассветный час

MMMM. **всё вышеперечисленное**

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

<p>Выберите правильный вариант ответа: Композиция в рекламе считается динамичной, если:</p> <p>NNNN. она построена по законам классической симметрии; OOOO. в ее основе лежит ассиметричное решение; PPPP. зрительно уравновешены неравные элементы композиции; QQQQ. имеется повтор одинаковых элементов при разных промежутках между ними</p>
<p>ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа: Множественно сфальцованные издания (т.е. сложенное "в гармошку"), посвященные одной фирме, или товарам, где принято вместе с рекламным текстом помещать фотографии и короткие биографии первых лиц фирмы, называть её спонсорские и благотворительные акции, раскрывать участие в международных ярмарках и выставках:</p> <p>RRRR. афиши; SSSS. буклеты; TTTT. каталоги; UUUU. рекламные листовки;</p>

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

<p>ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)</p> <p>Какая форма оптически тяжелее: звезда или квадрат? Если высота и ширина у них одинаковая. Ответ: звезда</p>
<p>ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)</p> <p>Дополнительный цвет к синему... Ответ: оранжевый</p>
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)</p> <p>Назовите 2 вида эвакуации. Ответ: упреждающая (заблаговременная) эвакуация и экстренная (безотлагательная) эвакуация</p>
<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>Расположение элементов в дизайне с учетом расстояния между ними, а также повторения элементов — это ... Ответ: ритм</p>
<p>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)</p> <p>Сколько точек образуется на листе, на которые зритель обратит внимание в первую очередь, согласно правилу третей? Ответ: 4 Упрощение без потери узнаваемости или трансформация какого-либо предмета или изображения... Ответ: стилизация</p>

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)
Что создает ритм на странице вебсайта? Ответ: правила подачи контента
МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)
.На белом листе изображены два круга: чёрный и красный. Какой притянет больше внимания? Ответ: красный На листе белой бумаги изображены два объекта одинаковых размеров: тёмный и светлый. Какой из них привлечёт внимание первым? Ответ: тёмный На листе изображено два объекта: один в нижней его части, а другой в верхней. Какой из них воспринимается как более лёгкий? Ответ: в верхней
МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)
Как называется один из старейших принципов композиции, которым пользовались художники и Средневековья, и Античности? Ответ: правило третей
УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)
Какая цветовая модель применяется в печати? Ответ: стук
ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)
Обозначение, служащее для индивидуализации товаров и услуг. Ответ: айдентика

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)
Дайте определение прямой линейной перспективе Способ построения изображения, рассчитанный на неподвижную точку зрения и предполагающий единую точку схода на линии горизонта (уровне глаз зрителя), предметы при этом кажутся уменьшающимися в глубину.
ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)
Опишите назначение цветового круга. Ответ: Цветовой круг — способ представления <u>цветов</u> видимого спектра в условной форме, обозначающей различные цветовые модели. <u>Секторы</u> круга представляют определяемые цвета, размещённые в порядке условно близком к расположению в спектре видимого света, причём в круг добавлен условный <u>пурпурный цвет</u> , который связывает крайние спектральные цвета.
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)
Обнаружен молодой человек, у которого возникло сильное кровотечение

из подколенной области. Кровь фонтаном, ярко-алого цвета.

Ответ: Артериальное кровотечение. Остановить кровотечение: любым методом временной остановки кровотечения, например, наложением жгута. Наложение асептической повязки, иммобилизация конечности и госпитализация в положении лежа.

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Роль среды обитания для дизайн-продукта.

Ответ: Дизайн как феномен культуры имеет, прежде всего, социокультурную сущность, которая проявляется и в отклике на материальные и духовные запросы общества, и во влиянии предметно-пространственной среды на социальное поведение человека. Объекты дизайна не только функционально обеспечивают и организуют жизнь людей, но и оказывают влияние на их физиологическое и психологическое состояние. Решение предметно-пространственной среды влияет на качество жизни, состояние здоровья, психофизический комфорт и пр.

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)

Опишите последовательность выполнения технологических операций.

Ответ:

После того как провели Design Review, и решили что все что реализовано разработчиком работает хорошо. Только лишь тогда можно сказать, что продукт готов к релизу. И вот здесь уже можем разговаривать о развитии продукта. И этот технический этап работы над дизайном будет циклически повторяться

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

Назовите основные 4 элемента маркетинг-микс (привести обозначение и расшифровку):

Ответ: Product – товар (качество, дизайн, упаковка)

Price – цена (ценовая политика, скидки, кредиты, сроки оплаты).

Place – место продаж (каналы сбыта, ассортимент, логистика).

Promotion – продвижение (реклама, ПР, сейлз промоушн, директ маркетинг).

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

Понятие «композиция» первым ввел в европейское искусствознание Леон-Батиста Альберти в “Трех книгах о живописи” в 1436 году. Какие три композиционные структуры, по определению Альберти, вбирает в себя композиция снимка?

Ответ: Это линейная, тональная и цветовая. Для более удобного анализа снимка их часто тоже называют композициями - линейной, тональной, и цветовой. Распределение линейных, световых и цветовых масс в рамке кадра осуществляется как организацией объекта в пространстве кадра, так и выбором точки съемки перед ее объектом. Последнее наиболее часто применяется при хроникально-документальных, репортажных съемках

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)

1. Положение всякой точки в пространстве определяется тремя ее координатами. Назовите три «координаты» для точки съемки.

Ответ:

- удаленность фотоаппарата от объекта;

- высота установки фотоаппарата;

- направление (угол) съемки (смещение по горизонтали, вертикали и диагонали).

2. Охарактеризуйте три основные «плана» в фотографии?

Ответ: В зависимости от того или иного отрезка “субъект-объект” существуют **общие, средние и крупные** планы. Общие и средние планы характерны для изобразительных обозначений места действия, события, обрисовки состояний природы, характера деятельности социальных групп, общей характеристики определенной общности людей. Крупные планы детализируют событие, характерные черты в портрете человека, социума.

3. Что такое выразительные (изобразительные) средства фотографии (ИС).

Ответ: **Ответ:**

Изобразительные средства фотографии – это изобразительные приемы, помогающие организовать элементы изображения. Любое изображение, представленное на поверхности, состоит из элементов двух типов: световых (цветовых) Пятен и Линий. При виде этих элементов, образующих некоторую систему, у человека возникают ощущения, эмоции, ассоциации, создающие представление о том, что показано на снимке.

4. Как отражается на композиции снимка изменение точки съемки (ТС)?

Ответ: При изменении ТС объекты меняют своё взаимное расположение в кадре, и тем самым меняется композиционное решение (композиция). Выбирая разные точки съёмки, можно, например, получить как уравновешенное, так и неуравновешенное изображение. Или закрыть несущественные для композиционного построения кадра объекты на дальнем плане объектом, изображенным на переднем плане

5. Есть ли недопустимые приемы для получения ракурса?

Ответ: Для получения ракурсного изображения могут применяться любые приемы, лишь бы изменение/искажение линейных размеров изображенного объекта соответствовало замыслу автора.

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

Значение технологической карты изделия в дизайн-проекте

Ответ:

это стандартизированный организационно-**технологический** документ, содержащий необходимые сведения, инструкции для персонала, выполняющего некий **технологический** процесс в дизайн-проекте.

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)

Контроль качества дизайн продукта. Опишите процесс и необходимые этапы.

Ответ:

После того как дизайнер передал все материалы в разработку он не должен бросать продукт над которым работал. Через какое-то время когда разработчик реализовал в хотя бы один сценарий, дизайнер обязательно проверяет его и

смотрит что там работает хорошо, а что не очень, то есть что пошло не так. И обсуждает с разработчиком реализацию именно первичной идеи.

ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

В результате освоения ПК 1.4 обучающийся должен:

иметь практический опыт:

художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

составлять рекламные тексты;

знать:

приемы и принципы составления рекламного текста;

методы психологического воздействия на потребителя.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

МДК. 01.03 Язык рекламы (3 семестр)

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Действие производственного шума на организм человека сводится к ...

A. силикозам

B. понижению чувствительности роговицы

C. нарушению концентрации внимания, функциональным изменениям центральной нервной системы

D. поражению нервно-мышечного аппарата

Выберите правильный вариант ответа:

Потенциальные опасности реализуются:

A. в производственной среде

B. в природной среде

C. при наличии определенных причин

D. при ухудшении состояния среды обитания

<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p>
<p>. Выберите правильный вариант ответа: Рекламный стиль находит применение в сфере:</p> <p>VVVV. науки WWW. права XXXX. политики YYYY. рыночных отношений</p>
<p>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа: Какое требование не относится к словесному товарному знаку:</p> <p>ZZZZ. адекватность AAAA. ассоциативность BBBB. удобопроизносимость CCCC. ритмичность</p>
<p>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа: абзац-выжимка из <i>текста</i>, которая идет после заголовка и подзаголовка и дает понять, ждет ли читателя что-нибудь полезное впереди-</p> <p>DDDDD. лид EEEE. врезка FFFF. тизер GGGG. подводка</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Закон Парето гласит:</p> <p>NNNN. 20% покупателей приносят фирме 80% дохода IIII. 40% покупателей приносят фирме 60% дохода JJJJ. 30% покупателей приносят фирме 70% дохода KKKK. 10% покупателей приносят фирме 90% дохода</p>
<p>МДК. 01.03 Язык рекламы (3 семестр)</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа: Языковое манипулирование - это:</p> <p>A. это осознаваемое адресатом воздействие на его эмоции, намерения, поведение; B. неосознаваемое адресатом воздействие на его эмоции, намерения, поведение; C. открытое воздействие на адресата; D. скрытое воздействие на адресата.</p> <p>ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа: В сообщении “Дюрасел отличается от обычных батареек” создан:</p>

A. **расширенный класс сравнения;**

B. неопределенный класс сравнения;

C. суженный класс сравнения;

D. смещенный класс сравнения.

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

В сообщении “Маргарин Воймекс как масло. Даже лучше” создан:

A. расширенный класс сравнения;

B. неопределенный класс сравнения;

C. суженный класс сравнения;

D. смещенный класс сравнения.

Выберите правильный вариант ответа:

В сообщении “Молоко вдвойне вкусней, если это “Милки Уэй” создан:

A. расширенный класс сравнения;

B. неопределенный класс сравнения;

C. суженный класс сравнения;

D. смещенный класс сравнения.

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

В сообщении “В нашем магазине скидки до 20 %” используется манипулятивный прием:

LLLLL. распространение свойств части предмета на весь предмет;

MMMMM. **игнорирование ограничителей;**

NNNNN. игнорирование модальности сообщения;

OOOOO. перевод ассоциаций в информацию о качествах товара.

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

В сообщении “Крем “Ксения” помог многим больным остеохондрозом. Он может помочь и вам” используется манипулятивный прием:

PPPPP. распространение свойств части предмета на весь предмет;

QQQQQ. игнорирование ограничителей;

RRRRR. **игнорирование модальности сообщения;**

SSSSS. перевод ассоциаций в информацию о качествах товара.

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Продолжите закономерность: «Чем больше членений, чем чаще их ритм, тем...»:

A. значительнее, мощнее кажется средовая система;

B. миниатюрнее кажется средовая система;

C. нет правильного ответа;

D. оба варианта верны;

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

Языковая игра - это:

TTTTT.	неосознанное нарушение правил речевого общения;
UUUUU.	сознательное нарушение правил речевого общения;
VVVVV.	игра по правилам речевого общения;
WWWWW.	игра без правил.
ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)	
Выберите правильный вариант ответа: Какому требованию не отвечает название мебельной фирмы “Ангстрем”:	
XXXXX.	адекватности
YYYYY.	удобопроизносимости
ZZZZZ.	краткости
AAAAA.	функциональности

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)
Процесс, явление, объект, антропогенное воздействие или их комбинация, нарушающие устойчивое состояние среды обитания, угрожающие здоровью и жизни человека называется ... Ответ: опасностью
Процесс обнаружения и установления количественных, временных и других характеристик, необходимых и достаточных для разработки профилактических и оперативных мероприятий, направленных на обеспечение безопасности называется ... воздействующей опасностью Ответ: идентификацией опасности
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
стилистическая фигура, слово или выражение, используемое в переносном значении с целью усилить образность языка, художественную выразительность речи. Ответ: троп
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)
Название текста или любого другого информационного объекта: клипа, инфографики, раздела статьи, рекламного баннера. Ответ: заголовок
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)
Подсистема внутри текстовой системы, состоящая из элементов, находящихся вне текста. Включает в себя заголовки, рубрики, подзаголовки, вводки (лиды), врезки (текст в тексте), анонсы. Ответ: заголовочный комплекс (ансамбль)
МДК. 01.03 Язык рекламы (3 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Какой троп использован в слогане?

Geox. Обувь, которая дышит.

Ответ: олицетворение

ЗАДАНИЕ 2. Какой троп использован в слогане?

«Мотилиум» -- мотор для вашего желудка

Ответ: метафора

ЗАДАНИЕ 3. Какой троп использован в слогане?

Жевательная резинка «Стиморол». Вкус на грани возможного.

Ответ: гипербола

ЗАДАНИЕ 4. Какой троп использован в слогане?

Кроссовки Adidas. Контроль над стихией.

Ответ: гипербола

ЗАДАНИЕ 5. Какой троп использован в слогане?

Persil-color. Краски ярче лета.

Ответ: сравнение

ЗАДАНИЕ 6. Какой троп использован в слогане?

Ваон. Одежда с характером.

Ответ: олицетворение

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

Устойчивость, покой, иначе называется в композиции...

Ответ: статика

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

Слово в тексте, способное в совокупности с другими такими словами дать высокоуровневое описание содержания текстового документа, выявить его тематику. В сети используется главным образом для поиска.

Ответ: ключевое (слово)

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)

.Какой троп использован в слогане?

Мягкие цены -- пушистое качество (меховой салон)

Ответ: эпитет

Какой троп использован в слогане?

Swarovski. Чистые, как любовь.

Ответ: сравнение

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

К функциям безопасности жизнедеятельности относятся:

Ответ: -мониторинг состояния среды обитания
- разработка и использование средств экобиозащиты
- обучение населения основам БЖД

Вредные условия труда характеризуются:

Ответ: наличием вредных производственных факторов, оказывающих неблагоприятное воздействие на организм

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

ЗАДАНИЕ 1. Прочитайте отрывок из рекламного сообщения о ландшафтном парке. В чем основная проблема этого рекламного текста:

« Уникальность данного парка проявляется во всем, начиная от местности в которой он расположен, до объектов, находящихся на территории парка. Все эти объекты были созданы человеком, но, тем не менее, несут в себе не только культурную, но и историческое ценность.

Учитывая разнообразие флоры и фауны, представленной в парке, здесь можно найти абсолютно уникальные экземпляры растительного и животного мира. Территория парка является площадкой для изучения различных процессов протекающих в естественных условиях».

Ответ: В тесте говорится об «уникальности парка», «культурной и исторической ценности», «различных процессах, протекающих в естественных условиях». Но в чем выражается уникальность, ценность и разнообразие в тексте не сказано. ЦА не сможет благодаря тексту ответить на вопрос, почему важно поехать именно в этот парк. Возникает ощущение, что в основе концепции лежит ложное УТП.

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)

Разработайте ТЗ для выставочного стенда программы СПО Реклама на выставке образования.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.
2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

Разработайте нейм и слоган для студии йоги для офисных работников. Дайте краткое обоснование.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

ЗАДАНИЕ . Разработайте нейм и слоган веганского ресторана. Дайте краткое

обоснование

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

ЗАДАНИЕ . Разработайте нейм и слоган магазина экологических игрушек. Дайте краткое обоснование

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

ЗАДАНИЕ . Разработайте нейм и слоган для детской парикмахерской. Дайте краткое обоснование

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

ЗАДАНИЕ 10. Разработайте нейм и слоган для зоопарикмахерской. Дайте краткое обоснование

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

МДК. 01.03 Язык рекламы (3 семестр)

1. Найдите ошибки в отрывках:

1. «Хоть многие строительные решения строительства домов из бревна сохранились до сих пор ...»

2. «Работа с сайтом не доставляет никаких мук поиска.»

3.«В наличии этих детских весов есть функция weight-block, позволяющая взвесить даже самого вертлявого младенца.»

4. «Зачастую в наше время, в связи с плохим комнатным расположением в домах, требуется перепланировка.»

5. «Из негативных моментов - хрупкий пластиковый корпус и тотальная зависимость от электрической сети.»

Ответ: 1. тавтология

2. неправильное употребление устойчивого выражения, потеря смысла

3. неудачное определение

4. канцелярит, речевая избыточность и неправильно

сформулированное подчинение - плохое комнатное расположение

5. речевая избыточность

2. Найдите ошибки в отрывках:

1. Тогда как ремонт квартир в Минске цены может иметь самые разные.»

2. «Мы работаем с такими материалами как краска масляная, вододисперсионная и т.п.»
3. «Итак, пробил тот час, когда Вы приняли серьезное решение: в самое ближайшее время приобрести тепловую пушку.»
4. «Пластиковые окна вред здоровью наносят уменьшением освещенности.»
5. «Эндоскопическая подтяжка лица чаще всего используется для подтяжки лба и бровей, то есть в верхней его части. Следом за верхней частью идет средняя зона лица...»

Ответ: 1. стремление вставить в текст ключевую фразу целиком ведет к нарушению порядка слов в предложении и потере смысла

2. некорректное использование обобщающего слова (здесь нет перечисления разных материалов, все они являются красками, можно было: "Мы работаем с любыми красками: масляными, вододисперсионными и т.п.")

3. некорректное преувеличение, в тексте говорится о серьезном решении, которым оказывается покупка мелкой бытовой техники.

4. нарушение порядка слов (очевидно, из-за желания добавить ключевую фразу)

5. речевая избыточность (очень много "воды")

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

Перечислите основные свойства восприятия композиции:

Ответ: запоминаемость,

константность,

соотносительность,

иллюзорность,

ассоциативность,

образность

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

Разработайте нейм и слоган для студии моделирования. Дайте обоснование. Студия рассчитана преимущественно на мальчиков от 6 до 16 лет (при желании можно и девочек), однако ее мастер-классы могут быть рассчитаны и на взрослых. Атмосфера проникнута ретро-романтикой. Основное направление: создание моделей самолетов и судов. Есть возможность приобретения готовых наборов для сборки. Так как на выходе получается довольно качественная модель – стоимость абонеента от 8000 руб. мастер-классы от 3500.

Ответ:

5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)

Разработайте нейм и слоган для линейки лимонадов из овощей. Дайте обоснование. Стоимость лимонада 80- 100 рублей за 0,5 литра.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов – номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

ЗАДАНИЕ 3. Разработайте нейм и слоган для бренда, выпускающего готовые продуктовые наборы для приготовления популярных блюд (окрошка, борщ, плов). Дайте обоснование. Продукция рассчитана на широкую аудиторию. Планируется реализация через крупных ретейлеров.

Ответ:

5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложение, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

Разработайте нейм и слоган сети фитнес-клубов для ленивых. Дайте обоснование. Фитнес-клуб для ленивых предполагает упор на различные оздоровительные программы и тренировки самого базового типа с минимальными телодвижениями и дальнейшим переходом на более активный уровень. Консультации психологов и диетологов. Задача фитнес-клуба мягко и без стресса погрузить клиента в мир фитнеса, настроить его на ЗОЖ.

Ответ:

5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Период окончания формирования компетенции: 4 семестр

В результате освоения ПК 1.5 обучающийся должен:

иметь практический опыт:

создания визуального образа с рекламными функциями;

художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

знать:

композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;

методы проектирования рекламного продукта.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)
Антропогенными источниками загрязнения окружающей среды не являются: А) вулканы В) сельское хозяйство С) промышленность D. цунами
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
Что такое широкоформатная печать в наружной рекламе? BBBBBB. Это печать, осуществляемая на принтерах различного типа (струйных, электрографических, термотрансферных, фотонных), позволяющих запечатывать поле шириной от 2 м и до 35 м. CCCCCC. Это печать, осуществляемая на принтерах различного типа (струйных, электрографических, термотрансферных, фотонных и т.п.) на листах и тканях «широких» форматов, таких как A0, A1, A2 и A3 и вплоть до пяти метров в ширину. DDDDDD. Это печать, осуществляемая на принтерах различного типа (струйных, электрографических, термотрансферных, фотонных и т.п.) на листах и тканях «широких» форматов от A4 до A0. EEEEEE. Это печать, осуществляемая на струйных и лазерных принтерах на листах и тканях «широких» форматов от 91 см до 1м 80 см
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)
Выберите правильный вариант ответа: Найдите неверное утверждение об инфографике: A. Инфографика получила свое развитие в последние 10 лет. B. Средства инфографики помимо изображений могут включать в себя графики, диаграммы, блок-схемы, таблицы, карты, списки C. Инфографика может использоваться для создания ложного представления о статистических данных и манипулирования общественным мнением. D. Спектр применения инфографики достаточно широк
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Что такое экстендер в наружной рекламе?

FFFFFF. Это вид нестандартной рекламы, призванной интриговать и «поддразнивать» аудиторию; данный вид наружной рекламы состоит из двух (разведенных по времени) сообщений: одного- интригующего и второго-ответного.

GGGGGG. Это дополнительная часть **рекламного поля, которая выступает за пределы поверхности стандартного рекламоносителя и требует дополнительного согласования при размещении сообщения наружной рекламы.**

NNNNNN. Это вид выставочного оборудования, используемого в витринистике и выставочной деятельности с целью зрительного увеличения площади рекламного изображения.

IIIII. Это крышная установка, призванная способствовать привлечению внимания аудитории к рекламируемому объекту.

Выберите правильный вариант ответа:

Билборд - это ...

JJJJJJ. баннерное виниловое полотно, используемое в наружной рекламе для размещения больших изображений;

KKKKKK. рекламный щит 3х6 м под плакаты;

LLLLLL. отдельно стоящая рекламная конструкция имиджевого характера;

MMMMMM. крупноформатный щит 6х12 м

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Логотип - это ...

NNNNNN. это знак в трехмерном измерении в виде трехмерного объекта, фигуры, комбинации линий.

OOOOOO. товарный знак, зарегистрированный в оригинальном шрифтовом (графическом) исполнении

PPPPPP. оригинальный рисунок, эмблема фирмы.

QQQQQQ. изображение, ассоциирующееся с компанией

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Цветовая температура измеряется в:

RRRRRR. градусах Цельсия

SSSSSS. люксах

TTTTTT. градусах Кельвина

UUUUUU. градусах Фаренгейта

Выберите правильный вариант ответа:

В качестве изобразительного средства был использован следующий прием:



- VVVVVV. **длинная выдержка**
WWWWWWW. короткая выдержка
XXXXXX. размытие в редакторе
YYYYYY. ничего из вышеперечисленного

. Выберите правильный вариант ответа:
Выберете наиболее древний жанр фотографии:

- ZZZZZZ. портрет
AAAAAAA. жанровая фотография
BBBBBBB. **натюрморт**
CCCCCC. Макрофотография

Выберите правильный вариант ответа:
Найдите верное утверждение. Короткая выдержка:

- DDDDDDD. делает фото светлее
EEEEEEE. **фиксирует движущийся объект**
FFFFFFF. размывает движущийся объект
GGGGGGG. требует обязательного использования штатива

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:
Формат цифровых файлов изображения, содержащий необработанные данные об электрических сигналах с фотоматрицы:

- NNNNNN. JPEG
IIIIII. TIFF
JJJJJJ. PSD
KKKKKK. **RAW**


УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:
Какой код ошибки высвечивается в случае, когда ресурс не найден?

LLLLLLL. 500
MMMMMMM. 401
NNNNNNN. 404
OOOOOOO. 503
ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)
. Выберите правильный вариант ответа: Чтобы подготовить фото для печати, нужно: PPPPPPP. понизить разрешение фотографии до 72dpi QQQQQQQ. понизить разрешение фотографии до 95dpi RRRRRRR. повысить разрешение фотографии до 150dpi SSSSSSS. повысить разрешение фотографии до 250-300dpi

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)
Виды природных пожаров. Ответ: торфяные, степные и лесные пожары, которые также бывают низовыми пожарами и верховыми пожарами.
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
Как называется одно из основных средств рекламы, носители которого размещаются вне помещений. Ответ: наружная реклама
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)
Вставьте пропущенное слово: ...?... рекламы определяет место расположения иллюстрации и текста в рекламном объявлении по отношению друг к другу, а также размер заголовка и подзаголовков, размещение логотипа и др. элементов. Ответ: макет
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)
Какой вид маркетинговых коммуникаций представлен в рекламном объявлении?

 <p>CAUDALIE PARIS</p> <p>с 26 по 31 декабря ВРЕМЯ ПОКУПАТЬ ПОДАРКИ В РИВ ГОШ</p> <p>-35% НА ВСЕ СРЕДСТВА CAUDALIE</p>	<p>Ответ: стимулирование сбыта</p>
<p>МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)</p>	
<p>Может ли композиция состоять всего из одного объекта? Ответ: да</p>	
<p>МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)</p>	
<p>1. Пространство, ограниченное прямоугольной рамкой видоискателя фотоаппарата Ответ: кадр</p> <p>2. Построение изображения путем гармоничного соединения отдельных его частей в единое целое Ответ: композиция (кадра)</p> <p>3. Приближение точки съемки к объекту или удаление от него дает эффект изменения масштаба изображения. Ответ: крупность плана</p> <p>4. Изображение объекта в перспективе, с изменением/искажением линейных размеров объекта в этом изображении Ответ: ракурс</p> <p>5. «Ожидание» предстоящего действия или отражение эмоциональной реакции на какое-то действие или событие «за кадром». Ответ: Внутренняя динамика кадра (снимка)</p>	
<p>УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)</p>	
<p>междустрочный пробел, расстояние между <u>базовыми линиями</u> соседних строк. В компьютерной вёрстке это понятие обычно называют «межстрочный интервал»</p> <p>Ответ: интерлиньяж</p>	

изменение расстояния между буквами, цифрами, знаками препинания и другими символами в тексте для удобочитаемости

Ответ: кернинг

ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)

Назовите креативный приём, использованный в рекламном сообщении



Ответ: визуальная метафора

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

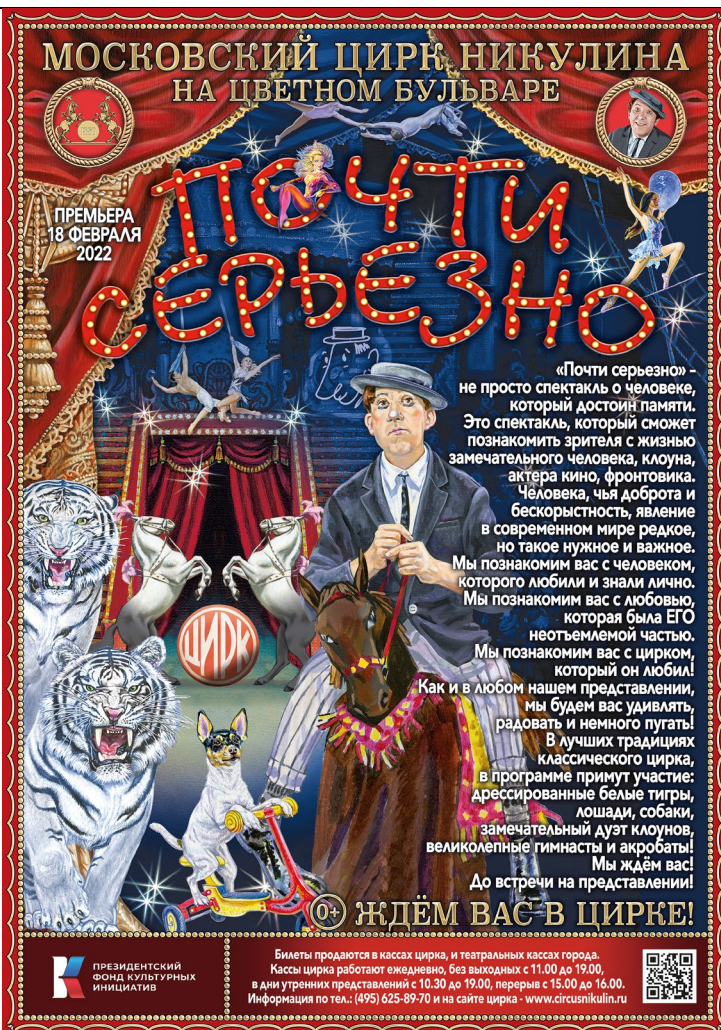
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Ребенок во время обеда случайно опрокинул себе на руку горячий суп. Ребенок плачет и жалуется на боль. Кожа гиперемирована.

Ответ: термический ожог правой кисти 1- степени. Прекратить действие поражающего фактора. Поверхность ожогов под струю холодной воды.

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Проведите анализ афиши. Опишите недостатки верстки и способы их устранения



Ответ:

Достоинства:

стилистика цирка

фирменное графическое исполнение

Недостатки:

неправильно подобран шрифт

избыточность

большой текстовый блок

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр)

1. Какие фирменные цвета вы используете для разработки фирменного стиля фитнес-центра? Обоснуйте свой ответ.

Ответ:

5 баллов – предложена комбинация из сочетающихся цветов, ответ научно обоснован

2 баллов – предложена самая популярная комбинация цветов, качественного обоснования выбора нет

0 баллов – цвета подобраны неверно, обоснование отсутствует

2. Какие фирменные цвета вы используете для разработки фирменного стиля эко-лавки? Обоснуйте свой ответ.

Ответ

: 5 баллов – предложена комбинация из сочетающихся цветов, ответ

научно обоснован

2 баллов – предложена самая популярная комбинация цветов, качественного обоснования выбора нет

0 баллов – цвета подобраны неверно, обоснование отсутствует

3. Какие фирменные цвета вы используете для разработки фирменного стиля ювелирного салона? Обоснуйте свой ответ.

Ответ:

5 баллов – предложена комбинация из сочетающихся цветов, ответ научно обоснован

2 баллов – предложена самая популярная комбинация цветов, качественного обоснования выбора нет

0 баллов – цвета подобраны неверно, обоснование отсутствует

4. Какие фирменные цвета вы используете для разработки фирменного стиля банка? Обоснуйте свой ответ

Ответ: 5 баллов – предложена комбинация из сочетающихся цветов, ответ научно обоснован

2 баллов – предложена самая популярная комбинация цветов, качественного обоснования выбора нет

0 баллов – цвета подобраны неверно, обоснование отсутствует

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта (4 семестр)

Какой социально-культурный тренд, формирующийся среди целевой аудитории, использован в данном коммуникационном проекте бренда Dove?



Проект #ПокажитеНас

Ответ: желание аудитории видеть более широкий взгляд на красоту в рекламе и медиа

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика (3 семестр)

Назовите 3 гарнитуры шрифтов, относящихся к группе гротесков:

- Ариал
- Гельветика

<ul style="list-style-type: none"> • <u>Футура</u> • <u>PT Sans</u> • <u>RBC Grotesk</u>
<p>МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии (3 семестр)</p> <p>1. Момент съёмки: в чем главная творческая особенность этого изобразительного средства?</p> <p>Ответ: Это изобразительное средство иногда является главным для получения выразительного кадра. Упущенный «момент» может быть причиной того, что снимок не удался или вообще не состоялся. Особенно важен момент съёмки в жанровой и репортажной фотографии</p> <p>2. Назовите этапы создания как фотографического, так и любого художественного произведения.</p> <p>Ответ: Сначала выбирается идея (авторский замысел). Затем определяется тема, с помощью которой реализуется выбранная идея. Для этой темы выбираются объекты и предметы, которые станут тематическим материалом кадра. И уже на этом материале, с помощью <u>изобразительных средств</u> и <u>композиционных форм</u>, с учётом <u>законов композиции</u> и психологических аспектов восприятия визуально-образной информации реализуется идея фотоснимка путём его композиционного построения.</p> <p>3. Назовите основной принцип закона типизации в фотографии.</p> <p>Ответ: Каждый фотоснимок должен быть типичным, должен отражать <u>типичные</u> признаки запечатленных объектов и обстоятельств действия.</p> <p>4. С чем непосредственно связано понятие «ракурс»?</p> <p>Ответ: С высотой точки съёмки и с направленностью объектива относительно оси координат, т.е. углом съёмки.</p>
<p>УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (4 семестр)</p> <p>Какие фирменные цвета вы используете для разработки фирменного стиля детского образовательного центра? Обоснуйте свой ответ.</p> <p>Ответ: 5 баллов – предложена комбинация из сочетающихся цветов, ответ научно обоснован</p> <p>2 баллов – предложена самая популярная комбинация цветов, качественного обоснования выбора нет</p> <p>0 баллов – цвета подобраны неверно, обоснование отсутствует</p>
<p>ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. (4 семестр)</p> <p>. «Веточка» – компания, имеющая 2 направления деятельности: оптово-розничная торговля комнатными растениями и услуги по флористике. Организация более 10 лет является одним из лидеров по продаже растений в Черноземье, второе направление возникло недавно. Социальные сети компании наполнялись контентом стихийно. Сейчас владелец решил систематизировать SMM-коммуникации. Придумайте 5 типов контента для страницы компании в социальной сети «ВКонтакте».</p> <p>Ответ: возможны, например, такие варианты: краткая видеопроинструкция по уходу</p>

за конкретным видом растения; «история» с выполненным проектом по флористике; текстовый пост с актуальным сезонным советом по уходу за растениями; пост с иллюстрациями на тему правильного освещения для различных растений в квартире; конкурс для подписчиков на самую оригинальную коллекцию домашних растений и т.п.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

В результате освоения ПК 2.1 обучающийся должен:

иметь практический опыт:

выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

уметь:

осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;

осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;

знать:

технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;

технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)

ОП.04 Экономика организации (6 семестр)

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ОП.07 История и теория дизайна (3 семестр)

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале (6 семестр)

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (5 семестр)

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии (5 семестр)

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео (6 семестр)

МДК.02.05 Мультимедийные технологии (5 семестр)

МДК.02.06 Обработка текстовой информации (5 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

«Сколько точек схода при построении имеет «фронтальная» перспектива?»

TTTTTTT. одну точку схода

UUUUUUU. две точки схода

VVVVVVV. три точки схода

WWWWWWW. не имеет точек схода

ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)

Отсвет цвета и света на каком-либо предмете, возникающий в тех случаях, когда на этот предмет падает отсвет от окружающих объектов:

A) рефлекс

B) блик

C) тень

D) текстура

ОП.04 Экономика организации (6 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Какое издание относится к группе справочных документов?

A. статистический сборник

B. монография

C. учебное пособие

D. стандарт

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

РСЧС – это... .

A) Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций

B) Российская система чрезвычайных ситуаций

C) Российская служба чрезвычайных ситуаций

D) такой аббревиатуры нет

ОП.07 История и теория дизайна (3 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:



Перед нами пример:

A. технокрафта

B. биомимикрии

C. гринвошинга

D. китча
ПМ.02 Производство рекламной продукции
<p>Выберите правильный вариант ответа: Бриф - это ...</p> <p>A. соглашение между собой двух или более сторон (субъектов), по какому-либо вопросу с целью установления, изменения или прекращения правовых отношений.</p> <p>B. техническое задание, составленное совместными усилиями заказчика и исполнителя.</p> <p>C. подробный документ, регламентирующий сроки проведения рекламной кампании, используемые каналы, основные настройки (таргетинги) и рекомендуемые форматы размещения рекламы.</p> <p>D. верного ответа нет</p>
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале (6 семестр)
<p>Выберите правильный вариант ответа: Flat Design это?</p> <p>XXXXXXX. Простой дизайн — индивидуальный подход в дизайну объектов, который подчеркивает уникальность дизайна.</p> <p>YYYYYYY. Плоский дизайн— минималистичный подход к дизайну объектов, который подчеркивает удобство использования.</p> <p>ZZZZZZZ. Скевоморфный дизайн — элемент дизайна, который скопирован с формы другого объекта, но изготовлен из других материалов или иными методами.</p> <p>AAAAAAA. направление в графическом дизайне, сформировавшееся в 1950-е – 1960-е годы</p>
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (5 семестр)
<p>1. Выберите правильный вариант ответа: Векторная графика - это ...</p> <p>BBBBBBB. Изображение, основанное путём моделирования объёмных объектов. Качество изображения зависит от количества пикселей.</p> <p>CCCCCCS. Представление объектов и изображений в компьютерной графике, которые основаны на математическом описании элементарных геометрических объектов: точки, линии, сплайны, кривые Безье, круги и окружности. Широко применяются в рекламной сфере и промышленном дизайне.</p> <p>DDDDDDD. Представление объектов, растровых изображений в компьютерной графике, которые основаны на точках (пикселе). Широко применяются в рекламной сфере, веб и промышленном дизайне.</p> <p>EEEEEEE. примитивный вид графики, редко используемый современными дизайнерами</p> <p>2. Выберите правильный вариант ответа: Охарактеризуйте Интернет-сайт как мультимедийный продукт.</p>

FFFFFFF. Несколько страниц, которые существуют отдельно друг от друга на едином сервере. Сайт содержит выделенный контент с базой данных и разными доменами.

GGGGGGG. Совокупность веб-страниц с раздельным содержанием и обязательным навигационным меню. Соединение с конечным сервером происходит по протоколу HTTP и выдаётся массив данных по специальному запросу пользователя.

ННННННН. Одна или несколько страниц, которые обычно логически связаны между собой другими веб-страницами. Сайт представляет массив связанных данных под уникальным адресом. **Стандартно доступ к сайту происходит через протокол HTTP или HTTPS.**

IIIIII. одна страница, под уникальным адресом

3. Выберите правильный вариант ответа:

К какому виду компьютерной графики относится изображения где наименьшим элементом изображения является точка?

JJJJJJJ. трехмерная графика

KKKKKKK. векторная графика

LLLLLLL. растровая графика

MMMMMMM. таких видов графики не существует

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии (5 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

«Золотые часы» -это:

NNNNNNN. полдень

OOOOOOO. первая половина дня

PPPPPPP. час перед рассветом и час после заката

QQQQQQQ. час после рассвета и час перед закатом

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео (6 семестр)

1. Выберите правильный вариант ответа:

Какая (какие) из перечисленных функций не может быть отнесена к телерекламе:

A. Пропагандистская.

B. Организаторская

C. Воспитательная.

D. Рекреативная.

2. Выберите правильный вариант ответа:

Найдите ошибочное утверждение:

A.Режиссер – это всегда автор сценарной части ролика.

B. В целях экономии бюджета функции оператора и видеомонтажера может выполнять один человек.

C. Актеры на съемочной площадке обязаны подчиняться режиссеру.

D. Вся организационная часть съемок ложится на плечи продюсера, если такой человек есть в составе творческой бригады.

МДК.02.05 Мультимедийные технологии (5 семестр)

1. Что такое сайт?

RRRRRRRR. структура интернета под общим доменным сервером или WWW-адресом

SSSSSSSS. совокупность электронных документов, под общим доменным именем или IPадресом

TTTTTTTT. гипертекстовая система адресации URL и WWW

UUUUUUUU. верного ответа нет

2. Выберите правильный вариант ответа:
Что такое Хэштег?

VVVVVVVV. обозначение специального слова с целью его персонализации

WWWWWWWWW. слово или фраза, которым предшествует символ решетки

XXXXXXXXX. короткие сообщения в микроблогах социальных сетей

YYYYYYYY. гиперссылка на сторонний сайт

МДК.02.06 Обработка текстовой информации (5 семестр)

Дайте определение текстовому редактору.

ZZZZZZZZ. Приложение для создания и изменения текстовых данных в общем и текстовых файлов в частности. Предназначен для работы с текстовыми файлами в интерактивном режиме.

AAAAAAAAA. Приложение для создания и изменения текстовой информации. Предназначен для работы с любым форматом файлов в интерактивном режиме.

BBBBBBBBB. Приложение для создания данных в общем и текстовых файлов в частности. Предназначен для работы с текстовыми формате в интуитивном режиме в графическом интерфейсе.

CCCCCCCC. программа, позволяющая создавать, просматривать, обрабатывать и редактировать цифровые изображения

УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Что такое растровая графика, каковы ее особенности?

DDDDDDDDD. Изображение, составленное из пикселей. Качество изображения напрямую зависит от количества пикселей.

EEEEEEEE. Изображение, основанное на математическом описании геометрических объектов. Качество изображения не зависит от количества пикселей.

FFFFFFFFF. Изображение, основанное путём моделирования объёмных объектов. Качество изображения зависит от количества пикселей.

GGGGGGGG. редактирование изображений с помощью компьютера

ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Размер стандартного квадратного веб-баннера?

НННННННННН. 300x600

ИИИИИИИИ. 728x90

JJJJJJJJ. 300x300

КККККККККК. 100x100

ЗАДАНИЕ. Выберите правильный вариант ответа:

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

LLLLLLLLLL. RGB

ММММММММММ. HSB

НННННННННН. CDR

ОООООООООО. CMYK

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

Сколько граней у икосаэдра?

Ответ: 20

ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)

Световое пятно на ярко освещённой выпуклой или плоской глянцевой поверхности –

Ответ: блик

ОП.04 Экономика организации (6 семестр)

Определить часовую производительность труда рабочего, изготовившего за смену 24 детали. Продолжительность смены 8 часов.

Ответ в деталях в час.

Решение:

$24/8=3$ детали в час

Ответ: 3.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

При оказании первой помощи пострадавшему, какие мероприятия нужно произвести самыми первыми и почему?

Ответ: Оценить наличие угрожающих факторов для собственной безопасности. Чтобы количество пострадавших не увеличилось.

ОП.07 История и теория дизайна (3 семестр)

ПМ.02 Производство рекламной продукции

Удержанная клавиша Shift при построении эллипса позволяет:

Ответ:

Изменять точку оси симметрии

ЗАДАНИЕ 8. Что происходит с объектом в результате операции объединения?

Ответ:

Он имеет общие грани

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале (6 семестр)
. Сколько граней у куба? Ответ: 6
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (5 семестр)
1. В CorelDRAW PostScript заливку на экране просмотреть возможно: Ответ: нажав F11 2. В CorelDRAW для изменения порядка наложения объектов внутри группы необходимо: Ответ: Нажать Ctrl+PgUp
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии (5 семестр)
1. При съемке в JPEG информация о цвете пикселя кодируется: Ответ: 24 битами
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео (6 семестр)
1. Какая модель размещения рекламы на ТВ наиболее распространена на отечественном телевидении сегодня? Ответ: фиксированное размещение 2. ...- главное ответственное лицо за все происходящее на съемочной площадке. Он интерпретирует сценарий и придает отдельным фрагментам ролика единство и законченность, подбирает актеров и руководит ими во время съемки, дает рекомендации оператору, следит за техническими моментами производства. О ком идет речь? Ответ: режиссер 3. размещение декораций, предметов и действующих лиц на съемочной площадке соответственно разным моментам композиции ролика, а также размещение света и камер Ответ: мизансцена
МДК.02.05 Мультимедийные технологии (5 семестр)
В CorelDRAW для создания квадрата или круга необходимо удерживать клавишу: Ответ: Ctrl ЗАДАНИЕ 6. В CorelDRAW соединяет несколько объектов, сохраняя их заливки, команда: Ответ: На панели инструментов – кнопка объединение
МДК.02.06 Обработка текстовой информации (5 семестр)
Комбинация кнопок , которая запускает программу "Набросок на фрагменте экрана

<p>Ответ: «Windows" + "Shift"+"S"</p>
<p>УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)</p> <p>В CorelDRAW PostScript заливку на экране просмотреть возможно:</p> <p>Ответ: нажав F11</p> <p>В CorelDRAW для изменения порядка наложения объектов внутри группы необходимо:</p> <p>Ответ: Нажать Ctrl+PgUp</p>
<p>ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)</p> <p>Какой из параметров отображается на панели свойств при выборе инструмента Прямоугольник (Rectangle)?</p> <p>Ответ: Длина и ширина</p>

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

<p>ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)</p> <p>Что такое сферическая перспектива?</p> <p>Ответ: Сферической перспективой называют «особый способ организации изобразительного пространства на плоскости картины или росписи стены, свода, купола, который заключается в иллюзорном углублении зрительного центра, совпадающего с геометрическим центром композиции, и расположении остальных элементов в воображаемом сферическом пространстве</p>
<p>ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)</p> <p>Дайте определение понятию фор-эскиз</p> <p>Ответ: это первоначальная зарисовка какого-либо проекта, связанного с дизайном.</p>
<p>ОП.04 Экономика организации (6 семестр)</p> <p>Руководитель поручил сотрудникам подготовить сброшюрованное или переплетенное печатное издание, содержащее систематизированный перечень большого числа товаров. О чем идет речь?</p> <p>Ответ: каталог <u>-перечень товаров</u> с их описанием. Данные о товаре могут включать текстовую описательную информацию, значения характеристик, изображения, сведения о <u>классификации</u>, мультимедийную информацию, информацию о <u>ценах</u> и другое в зависимости от назначения и носителя.</p>
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)</p> <p>Женщина проявляет жалобы на боль, чувство жжения и покалывания в пальцах рук. В течение нескольких часов она находилась на открытом воздухе при температуре -20*С.</p>

Ответ: Отморозение 1-й степени. Наложить сухую термоизолирующую повязку. Обильное теплое питье и создать полный покой.

ОП.07 История и теория дизайна (3 семестр)

Назовите 3 основных слагаемых хорошего дизайна?

Ответ: Функциональность, эстетичность и надежность

ПМ.02 Производство рекламной продукции

Перечислите преимущества рекламы на радио

Ответ:

1. Имеет самый короткий срок изготовления рекламы.
2. Радиореклама имеет немедленное действие.
3. Можно назвать самым дешевым видом рекламы в СМИ.
4. Радиорекламу аудитория не воспринимает как раздражающий фактор.
5. Возможность изменить текст рекламы и саму рекламу, что недоступно для рекламы в печатном СМИ.

Продающая реклама на радио адаптирована под свою ЦА, под ее запросы и предпочтения.

Перечислите недостатки рекламы на радио

Ответ: Нет визуального представления рекламируемого товара или услуги.

Слушатели могут пропустить и забыть о рекламе из-за краткости контакта. Многие воспринимают радио только фоном, поэтому могут вообще не обратить внимание на ваш ролик.

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале (6 семестр)

Школа блогеров, оказывающая услуги онлайн и оффлайн - обучения, участвует во Всероссийской выставке дополнительного образования, посетителями которой станут несколько тысяч школьников и их родители. Предложите и подробно опишите 3 вида сувенирной продукции, которую вы предложите изготовить этой компании, опишите тираж и назначение (кому ее будут раздавать).

Ответ:

5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (5 семестр)

Назовите три редактора растровой графики:

Ответ: Adobe Photoshop. Adobe Photoshop Elements. Adobe Photoshop Lightroom.

Artipic.

Corel Painter. Corel Painter Essentials.

Corel PaintShop Pro.

Corel Photo-Paint.

NeoPaint.

Paintbrush.

PhotoFiltre Studio.
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии (5 семестр)
Объясните, какой объектив является широкоугольным. Ответ: <u>объектив</u> , <u>фокусное расстояние</u> которого короче « <u>нормального</u> ». В <u>фотографии</u> оно должно быть меньше, чем диагональ используемого кадра, поэтому к группе широкоугольных принято относить фотообъективы, обладающие <u>углом поля зрения</u> от 52° до 82° включительно
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео (6 семестр)
1. Перечислите преимущества рекламы на телевидении <p style="text-align: right;">Ответ:</p> <p style="text-align: center;">Одновременное визуальное и аудио воздействие;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Широкий охват за короткое время • Большой выбор разных тематических программ, а, следовательно, попадание в целевую аудиторию; • Вовлечение телезрителя в демонстрируемое на экране; • Повторы, обеспечивающие запоминаемость
2. Перечислите недостатки рекламы на телевидении <p style="text-align: center;">Ответ: . Ограниченность во времени, что мешает полностью ознакомиться с данным продуктом.</p> <p style="text-align: center;">2. Высокая стоимость</p> <p style="text-align: center;">3. Длительное производство и запуск</p>
4. Негативное отношение к паузам между программами, особую ненависть вызывают ролики низкого качества.
МДК.02.05 Мультимедийные технологии (5 семестр)
1. Предложите и подробно 3 вида полиграфической продукции для Дня открытых дверей на факультете журналистики. <p style="text-align: center;">Ответ: 5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован</p> <p style="text-align: center;">2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован</p> <p style="text-align: center;">0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован</p>
МДК.02.06 Обработка текстовой информации (5 семестр)
Перечислите преимущества рекламы в прессе <p style="text-align: center;">Ответ: низкая стоимость (особенно в газетах и рекламных приложениях);</p> <ul style="list-style-type: none"> - гибкость, благодаря которой журналы являются эффективным средством позиционирования товаров (услуг); - избирательность целевой аудитории потребителей с учетом их интересов и демографических характеристик (особенно специализированных изданий); - высокую степень доверия напечатанной информации; - значительную аудиторию «вторичных читателей». - у читателя рекламных объявлений в газете больше времени на осмысление содержания объявления, чем в случае рекламы по радио или телевизору; <p>Помимо текста реклама в прессе может включать в себя и визуальный</p>

образ товара (услуги), что привлекает внимание потребителей.

Подготовка макета для рекламы в прессе является несложным и менее трудоемким процессом, чем подготовка для других СМИ. Сделав однажды оригинал- макет, вы сможете пользоваться им многократно.

Рекламное объявление может быть обширным по объему содержащейся в нем информации. В газетной рекламе вы можете, без вреда для основного содержания, поместить карту или план, показывающие, как добраться до вашей фирмы, адреса других принадлежащих вам магазинов, а также условия продажи.

Перечислите недостатки рекламы в прессе

Ответ: невнимательное отношение к рекламе у читателей;

- недостаточная оперативность, особенно журналов;

- кратковременность существования газет.

- высокая конкуренция рекламных объявлений в издании создает значительные трудности при поиске интересующей потребителя информации. Более того, весьма сложно изготовить газетное объявление, столь разительно отличающееся от остальных, чтобы притягивать взгляд читателя.

- читатели газет, как правило, зрелые личности, которые свои пристрастия к тем или иным товарам меняют менее охотно, чем аудитория других СМИ;

- иногда качество газетного текста бывает очень низким, из-за чего теряется качество фотографий, текста, могут полностью исчезнуть некоторые их особенности.

- у типичного современного читателя меньше времени на чтение газет, чем у читателя прошлых лет. Он бегло просматривает статьи и лишь мельком — рекламу.

УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Перечислите преимущества наружной рекламы

Ответ: Возможность привлечь аудиторию конкретного района, региона, города и пр. Несмотря на большой охват, **наружная реклама** может работать и более точно.

• Минимальные затраты на разовую установку.

• Широкие возможности для проявления креатива.

Высокая совместимость с другими рекламными средствами.

ЗАДАНИЕ 8. Перечислите недостатки наружной рекламы

• Ответ: сжатость информации – обусловлена необходимостью быстрого восприятия информации о продукте

• высокая стоимость аренды – рекламировать товар на самых видных местах достаточно затратно

• затруднения в поиске подходящей площадки и ожидание в очереди на размещение

• негативное влияние на облик городской среды

ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

ЗАДАНИЕ. Предложите и подробно 3 вида оригинальной сувенирной продукции для Воронежского Театра Юного Зрителя.

Ответ: 5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован
2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован

ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

иметь практический опыт:

построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
подготовки к производству рекламного продукта;

уметь:

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;

знать:

технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

технологии создания Интернет-рекламы;

аппаратное и программное обеспечение.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)

ОП.04 Экономика организации (6 семестр)

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале (6 семестр)

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (5 семестр)

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии (6 семестр)

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео (6 семестр)

МДК.02.05 Мультимедийные технологии (5 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

Греческие «ордера». Свободные производные какого ордера наиболее часто встречаются в современной архитектуре?

- A. дорический ордер
- B. ионический ордер**
- C. коринфский ордер
- D. все в равной степени

ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)

К основным цветам не относится:

- A. желтый
- B. Красный
- C. синий
- D. зеленый**

ОП.04 Экономика организации (6 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Какое издание относится к группе справочных документов?

- A. статистический сборник**
- B. монография
- C. учебное пособие
- D. стандарт

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Выберите основные способы остановки кровотечения при ранении головы:

- A) прямое давление на рану, наложение давящей повязки**
- B) наложение давящей повязки, пальцевое прижатие сонной артерии
- C) пальцевое прижатие сонной артерии, наложение давящей повязки с использованием жгута
- D) верного ответа нет

ПМ.02 Производство рекламной продукции

Выберите правильный вариант ответа:

Что такое SEO?

- E. Адаптирование сайта для поисковых машин и его продвижение**
- F. Адаптирование сайта для соцсетей
- Адаптирование сайта для соцсетей и внешних

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Наружная реклама торгового павильона это - ...

- A. форма павильона и оформление фасада отделочными материалами
- B. вывеска и график работы павильона
- C. оконная реклама товарной продукции
- D. вывеска, оконная реклама, график работы**

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (5 семестр)

2. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое домен?

G. **"имя" для сайта**

H. "имя" для хостинга

I. ссылочная масса на сервер

J. верных ответов нет

3. Выберите правильный вариант ответа:
Что такое мета-теги?

A. краткого описания вики-разметки

B. краткое описание сайта в соцсетях

C. **краткое описание html-страницы**

D. разновидность хештега

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Какая комбинация горячих клавиш в PS включает свободную трансформацию?

A. ctrl + S

B. ctrl + T

C. ctrl + 0

D. ctrl+alt

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео (6 семестр)

Что из перечисленного не может относиться к телерекламе:

K. субтитры

L. бегущая строка

M. корпоративный фильм

N. соцреклама

МДК.02.05 Мультимедийные технологии (5 семестр)

1. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое гиперссылка?

O. **часть гипертекстового документа, ссылающаяся на другой элемент**

P. часть гипертекстового файла, ссылающийся на элементы управления

Q. часть гипертекстового расширения, ссылающаяся на другой элемент

R. верного ответа нет

2. Выберите правильный вариант ответа:

«Мультимедиа» - это...

S. Современные цифровые технологии, дающие возможность совмещать достижения аудиовизуальной техники (тексты, звуки,

видеоизображения, графика и т. п.) и обеспечивающие интерактивное взаимодействие пользователя с компьютером.

T. Современные цифровые технологии, а именно тексты, звуки, изображения и обеспечивающие интерактивное взаимодействие двух пользователей с помощью компьютера.

U. Современные цифровые технологии с ключевым интерактивным взаимодействием, которые позволяют пользователю взаимодействовать с компьютером посредством сети Интернет и конечным сервером.

V. термин, обозначающий взаимную интеграцию разрозненных каналов коммуникации в единую систему, с целью обеспечения непрерывной коммуникации с клиентом

УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Замена фона в графическом редакторе на прозрачный либо полностью белый фон, с возможным последующим восстановлением теней:

W. **обтравка**

X. виньетирование

Y. тримминг

Z. заливка

ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Что такое landingpage?

AA. **веб-страница, построенная определенным образом, основной задачей которой является сбор контактных данных целевой аудитории. Landingpage используется для усиления эффективности рекламы.**

BB. веб-страница, построенная определенным образом, основной задачей которой является продажа товара/услуги без какого-либо контактирования с клиентом.

CC. веб-страница, построенная определенным образом, которая носит рекламный характер и выполняет только информационную функцию.

DD. верного ответа нет

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

Правильный многогранник, гранями которого являются шесть квадратов - это

Ответ: куб

ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)

Желтый, синий, красный –

<p>Ответ: основные цвета</p>
<p>ОП.04 Экономика организации (6 семестр)</p> <p>Для открытия своей компании, привлечения средств инвесторов Егор и его друг должны подготовить специальный документ. О чем идет речь?</p> <p>Ответ: бизнес-план.</p>
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)</p> <p>Как называется временное затопление водой участков суши в результате подъема уровня воды в реках, озерах, морях?</p> <p>Ответ: Наводнение</p>
<p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>изображение красками или баннерное полотно, размещенное на глухой стене здания размером от 50 кв. метров</p> <p>Ответ: брендмауэр</p>
<p>МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале (6 семестр)</p> <p>1. щит на металлической раме и опоре с размером рекламного поля 3 х 6 м, устанавливаемый в ключевых точках города: на оживленных трассах и магистралях</p> <p>Ответ: билборд</p> <p>2. Сброшюрованное или переплетенное печатное издание, содержащее систематизированный перечень большого числа товаров – это:</p> <p>Ответ: каталог</p>
<p>МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (5 семестр)</p> <p>В CoreIDRAW для создания дубликата во время перемещения объекта необходимо:</p> <p>Ответ: Удерживать ПКМ совместно с ЛКМ</p>
<p>МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии (6 семестр)</p> <p>Как называется правило в соответствии с которым, кадр мысленно делится двумя горизонтальными и двумя вертикальными линиями, а в точках их пересечения располагаются объекты съёмки. Иногда некоторые компоненты могут занимать только верхние или только нижние точки пересечения, в таком случае противоположные точки обычно остаются пустыми, чтобы уравновесить изображение</p> <p>Ответ: правило третей</p>
<p>МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео (6 семестр)</p> <p>1. У вас на экране при рекламе нового майонеза герой, показанный погрудным планом, называет товар, который пока находится вне кадра. То есть, налицо существенное указание на объект, находящийся вне кадра. Какой кадр (открытый или закрытый) после этого нужно использовать, чтобы наглядно показать упомянутый объект (пачку этого самого нового майонеза)?</p> <p>Ответ: закрытый (кадр)</p> <p>2. литературная запись изобразительного и звукового решения будущего ролика или</p>

другого экранного сообщения, т.е. это литературное произведение особого рода, текстовое описание будущего экранного рекламного произведения

Ответ: сценарий

3. Такая композиция снимаемой сцены, чтобы все действие совершалось внутри кадра и развитие действия прослеживалось путем монтажа отдельных кадров. Каждый съемочный эпизод при этом самодостаточен и связан только с тем, что видно в кадре, а все, что происходит снаружи, его не касается.

Ответ: закрытый кадр (закрытый видеокадр)

4. Герой Вашего ролика постоянно находится в кадре в коридоре квартиры, где беседует с другими персонажами, которые появляются в кадре и покидают его, входя в невидимые зрителю комнаты. Их движение вне кадра предпологаемо, и для него нет нужды в отдельных кадрах-врезках. Какую технику построения кадра стоит использовать в этом случае: открытый или закрытый кадр?

Ответ: открытый кадр

5. Повтор определенного действия на съемочной площадке называется...

Ответ: дубль

МДК.02.05 Мультимедийные технологии (5 семестр)

Назовите наиболее дешевые варианты размещения рекламы на ТВ

Ответ: бегущая строка, телеобъявление

УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

рекламный щит с тремя чередующимися сторонами, динамический рекламоноситель, представляющий собой настенный или отдельно стоящий щит, информационное поле которого образовано набором равнобедренных трехгранных призм

Ответ: тривижн/призматрон

ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

формат наружной рекламы, который представляет собой отдельно стоящую двух – и трехстороннюю конструкцию с двумя же или тремя рекламными полями, как правило, имеющую внутреннюю подсветку.

Ответ: пилларс

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОП.01 Рисунок с основами перспективы (7 семестр)

пропорции, это

<p>Ответ: соотношение одной части к другой и к целому</p>
<p>ОП.02 Живопись с основами цветоведения (5 семестр)</p> <p>Назовите типы цветовых контрастов: Ответ: Контраст по цвету Контраст светлого и темного Контраст холодного и теплого Контраст дополнительных цветов Симультанный контраст Контраст по насыщенности Контраст по площади цветовых пятен.</p>
<p>ОП.04 Экономика организации (6 семестр)</p> <p>Фабрика выпустила за год 180 млн. блокнотов по цене 4 руб. Стоимость основного производственного оборудования на начало года 210 млн. руб. Требуется определить фондоотдачу. Решение: $180 \cdot 4 / 210 = 3,42$ руб. Ответ: 3,42.</p>
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)</p> <p>Мужчину сбила машина. Жалобы на боль в правом тазобедренном суставе, припухлость в области травмы, нарушение функции конечности. Ответ: Закрытый перелом шейки бедра. Наложение транспортной шины на 3 сустава. Срочная госпитализация в положении лежа в ЛПУ.</p>
<p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>Что может являться предметом рекламного сообщения в концепциях разного вида? Ответ: адресат рекламы и его потребности; адресат рекламы и польза, которую он может извлечь из рекламируемого изделия; сам товар - изделие, услуга, модная новинка и т. д</p>
<p>МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале (6 семестр)</p> <p>Предложите и подробно 3 вида оригинальной сувенирной продукции для Воронежского Зоопарка Ответ: 5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован 2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован 0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован</p>
<p>МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (5 семестр)</p> <p>Назовите 3 редактора векторной графики: Ответ: (CorelDRAW, Adobe Illustrator, Xara Designer, Adobe Fireworks, Inkscape, SK1</p>
<p>МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии (6 семестр)</p> <p>Какие 5 видов света существует для съёмок? Перечислите их. Ответ: рисующий, заполняющий, моделирующий, контровой, фоновый</p>
<p>МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео (6 семестр)</p> <p>1. Чем отличается драматургическая схема рекламного ролика от драматургии</p>

других произведений?

Ответ: Классическая схема построения драматического произведения (экспозиция – завязка – кульминация – развязка) в применении к рекламному фильму претерпевает существенные изменения и выглядит следующим образом: экспозиция - завязка - слом - вывод)

2. Как правильно оформить сценарий рекламного ролика «в два ряда»?

Опишите эту схему.

Ответ: ответ: слева – зрительный ряд, справа – текст, авторский комментарий, иначе говоря, слева – то, что зритель видит на экране, справа – то, что он слышит

3. Если снимать все мизансцены по порядку, то придётся всё время переставлять оборудование, что сильно затянет и затруднит съемочный процесс. Какой выход из этой ситуации Вы можете предложить?

Ответ: эпизоды следует изначально продумать и разбить на мизансцены для экономии времени и сил. А перед тем, как поменять мизансцену, логично будет сначала отработать все эпизоды, которые под неё задуманы, и уже после этого менять свет и декорации

4. Как во время съемки ролика правильно использовать короткофокусное и длиннофокусное изображение?

Ответ: Стоит использовать короткофокусное изображение для общего плана, чтобы показать обстановку, а длиннофокусное для диалога между героями через плечо

5. Панорамы в видеороликах бывают трех видов – панорама обзора, панорама сопровождения и переброска. Расскажите о специфике этих видов панорамирования при работе с видео.

Ответ: панорама обзора - это когда зрителя просто знакомят с обстановкой, не фиксируясь на действующих лицах; панорама сопровождения - камера следует за героем, попутно открывая зрителю и пространство, вдоль которого герой движется; переброска - камера быстро перемещается от начального плана к конечному, при этом все изображение между этими двумя планами смазывается, как бы показывая нам либо быструю смену действий, либо – близость объектов, изображенных в начальном и конечном плане

6. Как вы считаете, совмещение функций оператора и монтажера – это хорошо или плохо для рекламного ролика? Обоснуйте свой ответ.

Ответ: Это скорее хорошо, чем плохо. С целью экономии средств при малобюджетных съемках резонно поручить оператору и работу монтажера. В этом случае уже в процессе съемки он будет четко понимать, как лучше снять тот или иной эпизод, какую сцену стоит продублировать и т.п.

МДК.02.05 Мультимедийные технологии (5 семестр)

Приведите примеры технологических разновидностей телерекламы, которые вы видели в местном и федеральном телеэфире.

Ответ: киноролики, рекламные сериалы, видеоролики, анимационные и компьютерные ролики, фотофильмы и слайд-фильмы, прямые дикторские объявления, телетекст, бегущая строка, теле(видео-)заставка, рекламный репортаж

УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Напишите текст аудиорекламы для (с указанием интершумов и музыкального сопровождения) фестиваля «Воронеж-город сад»

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

Напишите текст аудиорекламы для (с указанием интершумов и музыкального сопровождения) Дня открытых дверей факультета журналистики ВГУ

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

ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Напишите текст аудиорекламы (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

ПК 2.3 Использовать оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. Период окончания формирования компетенции: 6 семестр

иметь практический опыт:

построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;

уметь:

осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;

осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;

использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

знать:

технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

технологии создания Интернет-рекламы;

аппаратное и программное обеспечение.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

- Дисциплины (модули):
- **ОП.04** Экономика организации
- **ОП.05** Безопасность жизнедеятельности
- **ПМ.02** Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

- Практики

УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ОП.04 Экономика организации (6 семестр)
Функция заработной платы, которая служит для установления соответствия величины оплаты труда действительным затратам живого труда и доли последнего в совокупных затратах производства: А. учетная В. воспроизводственная С. регулирующая D. социальная
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)
. Выберите правильный вариант ответа: Доведение до населения заранее установленных сигналов, а также информации и правил поведения относительно возникающих угроз: А) эвакуация Б) оповещение В) отселение Г) укрытие населения
ЗАДАНИЕ 14. Выберите правильный вариант ответа: Для оценки сознания пострадавшего необходимо выполнить следующие действия: А) похлопать по щекам пострадавшего, надавить на болевые точки Б) потормозить за плечи, спросить, что с ним, нужна ли ему помощь В) окликнуть пострадавшего громким голосом Г) осмотреть пострадавшего на наличие внешних травм
ПМ.02 Производство рекламной продукции
Модульная композиция «сантиметр». Какое условие построения не применяется: А. из плоскостного решения к полуобъёмному В. деление модуля по диагонали С. соединение модуля по горизонтальной сетке D. соединение модуля по вертикальной и горизонтальной сетке

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале (6 семестр)

1. Выберите правильный вариант ответа:

Метод нанесения на ткань или другой материал с помощью трафарета, через который краска продавливается на поверхность изделия, называется:

A. Шелкографией

B. Сублимацией

C. Гравировкой

D. тиснением

2. Выберите правильный вариант ответа:

«Фронтальная» перспектива в интерьере это - ...

A. «Фронтальная» перспектива в интерьере это - ...

вид на стены с любого ракурса

B. все, что впереди нас, под любым углом

C. только стена напротив нас

D. только правая и левая стены помещения

3. Выберите правильный вариант ответа:

«Угловая» перспектива в интерьере это - ...

A. угол помещения с правой стороны стены

B. угол помещения со свободной линией горизонта

C. угол помещения с левой стороны стены

D. угол помещения с линией горизонта 1,5 метра

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (5 семестр)

Аддитивная цветовая модель, как правило, служащая для вывода изображения на экраны мониторов и другие электронные устройства:

A. CMYK

B. RGB

C. LAB

D. HSB

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии (6 семестр)

1. Выберите правильный вариант ответа:

Найдите правильный вариант названия масштаба кадра, на котором в кадре изображена фигура на фоне ландшафта или декораций.

E. крупный план

F. средний план

G. общий план

H. детальный план

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео (6 семестр)

1. Выберите правильный вариант ответа:

Что из перечисленного не может быть формой сценария рекламного ролика:

А. Литературная запись изобразительного и звукового решения будущего ролика или другого экранного сообщения.

В. Листок бумаги с очередностью выхода актеров к камере.

С. Подробное «покадровое» описание зрительного ряда, сопровождаемое дикторским текстом.

Д. Сценарный план или сценарная схема сообщения, необходимые для таких жанров, как видео зарисовка или рекламное интервью.

2. Выберите правильный вариант ответа:

Внутрикадровый монтаж – это

І. сочетание движения камеры и объектов съемки, снятое единым куском

Ј. соединение готовых кадров в соответствии с авторским замыслом и композицией ролика, его музыкальной и цветовой гаммой

К. введение в ролик цифровых спецэффектов

L. сокращение видеоматериала

УП.02.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Распространенная ошибка начинающих фотографов, которая используется фэшн-фотографом Терри Ричардсоном в качестве изобразительного средства:



A. слишком низко установлены студийные вспышки

B. вспышка «в лоб»

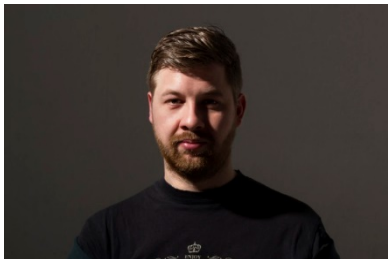
C. свет слишком далеко от модели

D. неправильно построена композиция

ПП.02.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Сколько источников света было использовано:



A. 1

B. 2

C. 3

D. 4

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

4 Экономика организации

Предположим, что вы решили купить франшизу компании «Евросеть». Сможете ли вы использовать одежду для сотрудников другого цвета, отличного от цветовой гаммы чайзера? Объясните ответ.

Ответ: По своей сущности, франчайзинг представляет собой систему взаимоотношений, заключающуюся в возмездной передаче одной стороной другой стороне своих средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг, технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации, использование которой одной стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг, поэтому нельзя использовать другую цветовую гамму.

Ответ: нет, не сможет.

5 Безопасность жизнедеятельности

Комплекс срочных простейших мероприятий по спасению жизни человека называется Главной целью ее состоит в устранении явлений, угрожающих жизни, а также - в предупреждении дальнейших повреждений и возможных осложнений здоровья.

Ответ: первая помощь

ЗАДАНИЕ 14. Средства коллективной защиты населения – инженерные сооружения гражданской обороны, предназначенные для защиты от оружия массового поражения и других современных средств нападения. Они подразделяются на противорадиационные укрытия, простейшие укрытия и

Ответ: убежища

02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
<p>ногогранник, гранями которого являются восемь равносторонних треугольников - это эт: октаэдр</p> <p>ногогранник, гранями которого являются двадцать равносторонних треугольников - это эт: икосаэдр</p> <p>ногогранник, две грани которого (основания) представляют собой равные угольники с взаимно параллельными сторонами, а все другие грани ллелограммы - это эт: призма</p> <p>ногогранник, одна грань которого многоугольник, а остальные грани - треугольники с ей вершиной - это эт: пирамида</p> <p>ногогранник, четыре грани которого равносторонние треугольники эт: тетраэдр</p> <p>ъемные тела, возникающие при вращении плоской геометрической фигуры - это эт: тела вращения</p>
02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
<p>чина, определяющая количество точек (элементов растрового изображения) на ицу площади (или единицу длины). т: разрешение</p>
02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
<p>бражение чего-либо в увеличенном виде – т: макросъемка</p>
02.04 Техника и технологии рекламного видео
<p>я разновидность композиции рекламного ролика используется реже всего - прямая, тная или симультанная. ет: Симультанная</p>
2.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)
<p>едовательность движений в кадре, выражающая законченную мысль эт: пластическая фраза</p>
2.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)
<p>инение готовых кадров в соответствии с авторским замыслом и композицией ролика, музыкальной и цветовой гаммой. При этом меняется последовательность отснятых е кадров. В результате такого монтажа готовый ролик может резко отличаться от оначального плана. О какой разновидности монтажа идёт речь? эт: Межкадровый монтаж</p>

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

4 Экономика организации

Предположим, что вы решили купить франшизу компании «Евросеть». Сможете ли вы использовать одежду для сотрудников другого цвета, отличного от цветовой гаммы чайзера? Объясните ответ.

Ответ: По своей сущности, франчайзинг представляет собой систему взаимоотношений, заключающуюся в возмездной передаче одной стороной другой стороне своих средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг, технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации, использование которой одной стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг, поэтому нельзя использовать другую цветовую гамму.

Ответ: нет, не сможет.

5 Безопасность жизнедеятельности

Основными способами защиты населения в чрезвычайных ситуациях являются:

Ответ: своевременное оповещение, укрытие в защитных сооружениях, использование СИЗ, эвакуация населения, проведение аварийно-спасательных и других неотложных работ в чрезвычайных ситуациях.

Какие преимущества имеет изолирующий противогаз перед фильтрующим противогазом?

Ответ: Преимуществом перед фильтрующим типом является возможность применения при высоком уровне токсичных веществ в атмосфере. Такие устройства могут использоваться при низком уровне кислорода, недостаточном для дыхания, или даже его нулевом уровне.

2 Производство рекламной продукции

Какие слова в тексте рекламного ролика могут считаться лишними?

Заказчик шин за частей «Колесо» предлагает широкий выбор шин. Эта реклама вам точно понравится – автор убедился в этом сам! Летняя, зимняя, всесезонная резина. Порадуйте себя и свой автомобиль!

Ответ: Эта реклама вам точно пригодится – автор убедился в этом сам!

02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

Предложите и подробно пишите 3 вида POS-материалов товаров для художников для размещения в магазине «Леонардо»

Ответ: 5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован

02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

Опишите область применения растровых и векторных редакторов:

Ответ:

екторные редакторы обычно более пригодны для создания разметки страниц, типографики, логотипов, sharp-edged artistic иллюстраций (например, мультипликация, clip art, сложные геометрические шаблоны), технических иллюстраций, создания диаграмм и оставления блок-схем.

астровые редакторы больше подходят для обработки и ретуширования фотографий, создания фотореалистичных иллюстраций, коллажей, и создания рисунков от руки с помощью графического планшета.

02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

горизонтальные и вертикальные линии влияют на восприятие человеком изображения, поэтому при построении кадра стоит учитывать отношение линии горизонта к другим линиям. Опишите влияние линии горизонта на восприятие кадра

ответ: Если расположить её в нижней трети, то в кадре будет много неба, если в верхней, то много земли

02.04 Техника и технологии рекламного видео

напишите сценарий «в два ряда» по рекламному эпизоду: девушка смотрит на коробку конфет «Мерси»

Ответ: Пример ответа:

Изображение	звук
Домашний интерьер. Средним планом - лицо девушки, которая смотрит на приоткрытую коробку шоколадных конфет «Мерси», лежащих перед ней на столе.	Женский голос пропевает слова: «Мерси – благодарю тебя! Спасибо, что ты есть!»

2. Какую роль играет вывод в рекламном ролике?

ответ: Здесь происходит драматургическое и рекламное завершение сюжета.

3. Как правильно протестировать звучание текста рекламного ролика, когда он только что написан, на наличие сложных для произнесения элементов?

ответ: прочитать текст вслух. Лучше всего кому-то другому, но хотя бы себе представить, что Вам поручили снять ролик о вреде курения. Какие кадры и сцены, характерные для этой вредной привычки, Вам нельзя будет использовать в своём рекламном материале?

ответ: пачки и отдельные предметы курения на экране, кадры с сигаретой во рту, выделение дыма и т.п.

5. Если Вы принимаете участие в малобюджетных съемках в должности оператора, то какую ещё одну функцию Вам поручат вероятнее всего, при условии, что режиссёр по совместительству станет и сценаристом?

ответ: функцию монтажера

6. Может ли творческая бригада состоять всего из одного человека? Если да, то какие в этом могут быть преимущества?

ответ: Да, может; у тех, кто работает в одиночестве, абсолютно всё делается самостоятельно, зачастую получаются прекрасные видеоработы. В этом случае весь ролик находится в одной голове, что исключает как возможность внешних конфликтов, так и проблемы распределения лавров

напишите в правильном порядке этапы работы над рекламным видеороликом:

писание сценария, озвучивание за кадром, выбор героя, раскадровка, монтаж, осъемка

ет: 1) Выбор героя; 2) Написание сценария; 3) Раскадровка; 4) Видеосъемка; 5) ааж; 6) Озвучивание за кадром

2.01 Учебная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Найдите все виды рекламных носителей в зале ресторана, представленные на картинках



ет: Тейбл-тент, меню, объемные буквы, нанесение на светильники.

2.01 Производственная практика. Производство рекламной продукции. (6 семестр)

Охарактеризуйте образцы наружной рекламы (3 шт.), используя профессиональную терминологию.





ет: Представлены образцы нестандартной наружной рекламы: 1. С экстендерами, биент медиа, 3 тизер.

работайте идею рекламного ролика для социальной рекламы, направленной против потребления алкоголем.

Ответ: 5 баллов - идея оригинальна, этична, не нарушает закон О Рекламе

2 баллов - идея не оригинальна или есть какие-то нарушения

баллов, ответа нет, идея полностью непригодна для использования

ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

В результате освоения ПК 3.1. обучающийся должен:

иметь практический опыт:

выявления требований целевых групп потребителей;

уметь:

проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
 анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
 проводить сегментирование рынка;
 знать:
 структуру рекламного рынка.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе (6 семестр)

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности (6 семестр)

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы (7 семестр)

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации (6 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.03.01 Учебная практика. Практические основы (8 семестр)

ПП.03.01 Производственная практика. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (8 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: При полном отсутствии или недостатке кислорода в воздухе применяются ... СИЗОД. А) фильтрующие В) изолирующие С) простейшие D) верного ответа нет</p>
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: К функциям программы социологического исследования НЕ относится: А. экономическая В. методическая С. методологическая D. организационная</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Найдите ошибку при проведении опроса: М. предложение подарков или скидок за участие в опросе; Н. указание имени и фамилии составителя анкеты; О. указание цели анкетирования и названия компании, проводящей опрос. P. использование электронной формы опроса</p>
<p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>Выберите правильный вариант ответа:</p>

Расхождения между двумя совокупностями — генеральной и выборочной, называют:

A. ошибкой репрезентативности

B. репрезентативностью

C. представительностью

D. подлогом

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Исходной идеей, лежащей в основе маркетинга, является идея человеческих ...

A. нужд

B. потребностей

C. мотивов

D. задач

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности (6 семестр)

В рекламном бизнесе участвуют следующие группы субъектов:

A. рекламодатели и рекламопроизводители

B. Рекламораспространители

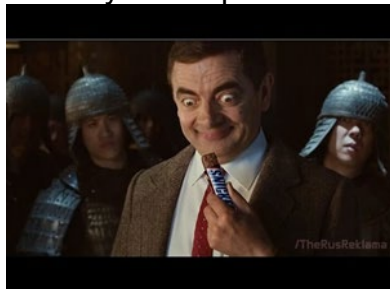
C. все вышеперечисленное

D. нет верного ответа

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы (7 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Какой архетип используется в рекламе Сникерс со слоганом «Ты не ты,



когда голоден».

A. Архетип Тени

B. Архетип Персоны

C. Архетип Джокер

D. Архетип Спаситель

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Какой гештальт-принцип лежит в основе данного рекламного изображения?



- Q. закон близости
 R. закон непрерывности
 S. закон целого
 T. закон фигуры и фона

Выберите правильный вариант ответа:
Политическая PR кампания является:

- U. **видом PR кампании**
 V. средством PR кампании
 W. целью PR кампании
 X. средством массовой информации

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации (6 семестр)

К какому типу медиа относится блог компании?

- а) собственные медиа;**
 б) платные медиа;
 в) заработанные медиа

УП.03.01 Учебная практика. Практические основы (8 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

К социально-демографическим критериям сегментирования аудитории относятся:

- Y. пол, возраст, национальность, социальный статус;**
 Z. пол, возраст, стиль жизни, социальный статус;
 AA. пол, возраст, образование, лояльность к товару.
 стиль жизни, политические убеждения

ПП.03.01 Производственная практика. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (8 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Экстерриториальный торговый маркетинг – это

ВВ.	маркетинг товаров, услуг, производимых и потребляемых на территории
СС.	маркетинг территории как туристического продукта
DD.	маркетинг товаров, услуг, производимых на территории и потребляемых за ее пределами
ЕЕ.	маркетинг, направленный на привлечение инвесторов для развития населенного пункта

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Что представляет собой сигнал гражданской обороны, извещающий об угрозе ЧС:

Ответ: звук сирен и означает: «Внимание всем!!!»

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

1. Какой тип сегментации аудитории основан на следующих критериях: статус пользователя, уровень пользования товаром, уровень лояльности, чувствительность к факторам маркетинга?

Ответ: поведенческая сегментация

2. Образец поведения человека, который общество признает целесообразным для обладателя данного статуса.

Ответ: социальная роль

3. Исследования, нацеленные на получение количественной информации о большом количестве объектов исследования (потребителей, предприятий). Главной задачей таких исследований является получение численной оценки состояния рынка или реакции респондентов на некое событие.

Ответ: количественные

4. Техника, при которой исследователь создает почти искусственное окружение, пытаясь контролировать ложные факторы, которые управляют, по крайней мере, одной переменной - примерами являются лаборатории покупок и пробный маркетинг.

Ответ: эксперимент (экспериментальная техника)

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе (6 семестр)

- Какой параметр сегментирования целевой аудитории использован в данном примере?

«В первую группу потенциальных покупателей «Levi's» вошли трендсеттеры, стремящиеся отличаться от остальных и охотно покупающие все модное и новое. Во вторую – жертвы моды, покупающие новинки вслед за инноваторами. В третью – те, кот

предпочитает не выделяться из общего ряда. И, наконец, четвертая – жертвы брендов, выбирающие порой немодную и неподходящую им одежду, но обязательно с известным лейблом».

Ответ: психографический

Один из важнейших социологических документов, в котором содержатся методологические, методические и процедурные основы исследования социального объекта

Ответ: Программа социологического исследования

ЗАДАНИЕ 9. Свойство выборочной совокупности представлять основные характеристики генеральной совокупности

Ответ: Репрезентативность

ЗАДАНИЕ 10. Выборка строится следующим образом. У каждого респондента, начиная с первого, просят контакты его друзей, коллег, знакомых, которые подходили бы под условия отбора и могли бы принять участие в исследовании. Таким образом, за исключением первого шага, выборка формируется с участием самих объектов исследования. Как называется это метод? (ответ указать без кавычек)

Ответ: метод снежного кома (снежный ком)

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности (6 семестр)

Запрещена к распространению в соответствии с ФЗ «О рекламе» ...

А. реклама, не соответствующая требованиям ФЗ

В. реклама, вводящая в заблуждение потребителей

С. исключительно реклама алкоголя и табака

D. нет верного ответа

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы (7 семестр)

. Заранее сформированная человеком мыслительная оценка чего-либо, которая может отражаться в соответствующем

Ответ: стереотип

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации (6 семестр)

Какие разновидности видеороликов можно выделить по критерию цели?

а) видеолекция, видеоплакат;

б) информативные, увещательные, напоминающие;

в) коммерческие, имиджевые, социальные, вирусные;

г) твердой подачи и мягкой подачи.

УП.03.01 Учебная практика. Практические основы (8 семестр)

Биологический термин, означающий адаптивное сходство одного биологического вида с другим или с объектами окружающей среды, который часто используется в рекламе для обозначения товарных знаков, сюжетов, элементов фирменного стиля, скопированных у более успешных конкурентов.

Ответ: мимикрия

ПП.03.01 Производственная практика. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (8 семестр)

Метод, основанный на построении семантических пространств и анализе положения объектов в семантических пространствах, часто используемый для анализа восприятия рекламы, разработанный Чарльзом Осгудом

Ответ: семантический дифференциал

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Обрушилось здание. Под завалами оказался мужчина. Кожа левой нижней конечности бледная с синюшным оттенком, мышцы плотные, деревянные.

Ответ: синдром длительного сдавления (краш-синдром). Накладываем жгут. Освобождаем конечность. На раны накладываем асептические повязки. Проводим тугое бинтование конечностей эластическими бинтами от периферии к центру для предупреждения отека, иммобилизацию проводим подручными средствами или табельными шинами. Холод и обильное питье.

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

1. Составьте пример вопроса типа «фильтр» для анкеты

Ответ: Пример:

У вас есть дети (для анкеты о детских товарах)

2. Составьте пример вопроса типа «ловушка» для анкеты

Ответ: Пример: «Я являюсь флекситарианцем, я полностью отказался от животной пищи»

3. Составьте пример полуоткрытого вопроса для анкеты

Ответ: Наиболее важными драйверами покупки для меня являются

- Цена
- Качество
- Географическая близость точки продаж

- Свой вариант _____

4. Что такое качественные социологические исследования? чем они отличаются от количественных?

Ответ: **Качественные исследования** – неструктурированные поисковые **исследования**, основанные на анализе выборки незначительного объема, направленные на уточнение главной проблемы маркетингового **исследования** и выдвижения основных гипотез отличаются меньшей выборкой, более сложными методами обработки и анализа информации, отвечают на вопросы: Почему? зачем и т.д.

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Распределите потребности по мере возрастания уровня (по Маслоу)



МДК.03.01 Маркетинг в рекламе (6 семестр)

. Что имеется в виду, когда говорят, что страхование относится к числу услуг пассивного спроса. И как это влияет на построение рекламной стратегии?

Ответ: Это значит, что потребитель как правило либо вовсе ничего не знает сути страховых услуг, либо знает, но не стремится к их приобретению. Успешный сбыт страховых продуктов возможен только при наличии интенсивной рекламы и (или) активных личных продаж.

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности (6 семестр)

Одним из наиболее частых нарушений в рекламировании лекарственных средств является суррогатная реклама. Что подразумевается под этой формулировкой?

Ответ: Под суррогатной рекламой понимается реклама запрещенного к рекламированию лекарственного средства через рекламу другого объекта.

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы (7 семестр)

Чем объясняется популярность привлечения селебрити в банковской рекламе?

Ответ: Высокий уровень доверия к сложившемуся у аудитории образу знаменитости транслируется и на финансовый продукт.

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации (6 семестр)

Выполните анализ структуры предложенного рекламного объявления. Каковы его основные элементы?



Ответ: Объявление состоит из визуальной и вербальной частей. Основной визуальный элемент выполнен в виде фотографии объекта рекламирования и занимает более 2\3 объявления. Первый вербальный элемент – название оздоровительного комплекса MriyaLife – визуально выполняет функцию заголовка. Следующий вербальный блок можно назвать как подзаголовком, так и лидом. Третий вербальный блок – основной текст – размещён на другом фоне. Он является своеобразным списком, каждый элемент которого графически выделен заключением в овал. Контактная информация представлена полным адресом объекта рекламирования и QR-кодом, содержащим, вероятно, ссылку на сайт. Присутствует также обязательная для медицинских услуг пометка об имеющихся противопоказаниях

УП.03.01 Учебная практика. Практические основы (8 семестр)

. Какой прием используется в данном рекламном изображении:



Ответ: Построение рекламы дуалистическим образом, свойственным мифологическому мышлению. Один из приемов, используемых в мифодизайне

ПП.03.01 Производственная практика. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (8 семестр)

1. Приведите в пример применение одного из рекламных инструментов, задействующий pester power,?

Ответ: рекламные ролики на детских каналах, в том числе product placement в популярных мультсериалах, рассчитанные на то, что ребенок будет узнавать товар на полках магазинах и оказывать давление на родителей во время покупок.

2. Почему использование такого рода символов при разработке логотипов нежелательно



Ответ: при взаимодействии с символами, имеющими множество деталей, человек часто сохраняет лишь упрощенный образ, например, в виде геометрической фигуры

ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

В результате освоения ПК 3.2. обучающийся должен:
иметь практический опыт:

разработки средств продвижения рекламного продукта;
 разработки маркетинговой части бизнес-плана;
 уметь:
 принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
 знать:
 задачи, цели и общие требования к рекламе;
 основные направления рекламной деятельности;
 виды рекламной деятельности;
 структуру рекламного рынка.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.04 Экономика организации (6 семестр)

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе (6 семестр)

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности (6 семестр)

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы (7 семестр)

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации (6 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.03.01 Учебная практика. Практические основы (8 семестр)

ПП.03.01 Производственная практика. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (8 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ОП.04 Экономика организации (6 семестр)
Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке – это: А. франчайзинг; В.реклама; С. данные D. нет верного ответа
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)
.Выберите основные признаки закупорки инородным телом верхних дыхательных путей тяжелой степени у пострадавшего: А) не может дышать или дыхание явно затруднено (шумное, хрипкое), хватается за горло, не может говорить, только кивает B) хватается за горло, кашляет, просит о помощи C) надрывно кашляет, пытается что-то сказать, лицо багровеет D) верных признаков нет
ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)
Выберите правильный вариант ответа: Наиболее сложным видом социологического исследования является:

- A. разведывательное исследование
- B. описательное исследование
- C. **аналитическое исследование**
- D. анкетирование

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе (6 семестр)

1. Провести позиционирование товара на рынке означает:
- а) **определить место данного товара на соответствующем сегменте с точки зрения его конкурентоспособности;**
 - б) установить возможный объем продаж товара;
 - в) выявить отношение потенциальных покупателей к данному товару;
 - г) установить группу потребителей, для которых может быть предназначен данный товар.

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:
В соответствии с законодательством РФ, ненадлежащая реклама или отказ от контррекламы влекут:

- A. **административную ответственность**
- B. уголовную ответственность
- C. все перечисленное
- D. осуждаются исключительно в этическом поле

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:
Законом РФ «О рекламе» контроль за соблюдением законодательства о рекламе возложен:

- E. **на Федеральную антимонопольную службу**
- F. на Роспотребнадзор
- G. на комитет по защите прав потребителей при администрации города (области)
- H. на Роскомнадзор

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы (7 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:
Рекламопроизводителями называют:

- I. рекламные агентства полного цикла
- J. творческие мастерские
- K. медиабаинговые и медиаселленговые агентства
- L. **все перечисленное**

Выберите правильный вариант ответа:

Выберите правильный вариант ответа:

Теория, в соответствии с которой сообщения массовой коммуникации являются для человека источником представлений о мире –

М. Теория повестки дня

- N. Теория культивации
- O. социально-когнитивная теория
- P. Теория "спирали молчания"

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Уверенность человека в том, что медиа оказывают на него меньшее влияние, чем на других

Q. эффект третьего лица

- R. эффект первого лица
- S. эффект посредника
- T. эффект Голема

Выберите правильный вариант ответа: Закон, в соответствии с которым, незавершенные (прерванные по каким-либо причинам) действия или фразы запоминаются человеком намного лучше, чем завершенные, законченные.

U. Закон Зейгарник

- V. Закон Ривса
- W. Закон Фрейда
- X. Закон Лисинского

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

В рекламе мебельного магазина используется слоган «творите, что хотите», и демонстрируются возможности конструирования разных проектов на основе одних и тех же готовых модулей мебели.

Какой миф используется в подобных сообщениях?

- Y. миф о ложном препятствии

Z. миф о ложном творчестве

- AA. миф о ложном слиянии
- BB. миф о ложной деятельности

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации (6 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Использование скрытых технологий влияния в политической PR-кампании называется:

- CC. черным PR
- DD. серым PR**
- EE. зеленым PR
- FF. розовым PR

Выберите правильный вариант ответа:

Миссия организации:

<p>A. дает конкретные указания относительно вида и сроков деятельности</p> <p>B. задает основные направления движения организации</p> <p>C. определяет отношение организации к процессам вне ее</p> <p>D. направлена на развитие преданности сотрудников</p>
<p>УП.03.01 Учебная практика. Практические основы (8 семестр)</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа:</p> <p>Что в спортивном маркетинге именуется фандрайзингом?</p> <p>A. способ продажи билетов и абонементов на любые спортивные события</p> <p>D. комплекс мероприятий по продаже прав трансляций вещателям на спортивные соревнования</p> <p>C. комплекс мероприятий по сбору финансовых средств для нужд спортивной организации, поиску меценатов и спонсоров</p> <p>D. совокупность способов и методов продвижения торговых марок спортивных организаций, спортивных клубов и федераций</p>
<p>ПП.03.01 Производственная практика. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (8 семестр)</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа:</p> <p>Срок хранения рекламных материалов в соответствии с ФЗ - № 38 « О рекламе» РФ составляет:</p> <p>GG. 1 год</p> <p>HH. 2 года</p> <p>II. 3 года</p> <p>JJ. 6 месяцев</p>

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

<p>ОП.04 Экономика организации (6 семестр)</p>
<p>Руководитель поручил сотрудникам маркетингового отдела использовать текстовые, графические и видеообъявления, которые показываются пользователям, если они вводят в поиске запрос или интересуются определенной тематикой в интернете. О каком средстве продвижения рекламного продукта идет речь?</p> <p>Ответ: контекстная реклама.</p>
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)</p>
<p>Опишите свои действия, если землетрясения застало Вас в помещении.</p> <p>Ощувив колебания здания, не поддаваться панике. Быстро выйти из здания. Покидая помещение, спускаться по лестнице, а не на лифте. Если остались в помещении, то встать в безопасном месте: у внутренней стены, в углу, во внутреннем стенном проеме или у несущей опоры. Если возможно, спрячьтесь под стол.</p>
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)</p>
<p>формализованный метод изучения текстовой и графической информации,</p>

закрывающийся в переводе изучаемой информации в количественные показатели и ее статистической обработке. Характеризуется большой строгостью, систематичностью.

Ответ: Контент-анализ

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

комплекс взаимосвязанных, скоординированных действий, разрабатываемых для достижения стратегических целей и решения проблем компании, и являющихся результатом общего рекламного плана для различных, но связанных друг с другом рекламных обращений, размещенных в различных рекламных носителях в течение определенного периода времени

Ответ: рекламная кампания

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе (6 семестр)

Вставьте пропущенное слово:

Управление маркетингом – это анализ, планирование, претворение в жизнь и _____ за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач организации.

Ответ: контроль

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности (6 семестр)

Рекламные агентства полного цикла, творческие мастерские, медиабайнговые и медиаселленговые агентства – это

Ответ: рекламопроизводители

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы (7 семестр)

процесс изучения и оценки товаров, услуг, менеджмента и опыта тех компаний, которые являются признанными лидерами в сегменте, области. Это способ изучения любого рыночного объекта (товара, услуги, компании, модели, менеджмента) и, прежде всего, своих конкурентов, с целью использования их положительного опыта и их достижений в своей собственной работе.

Ответ: бенчмаркетинг (бенчмаркинг)

это показ, какого бы ни было его наименование, путём представления средств, имеющихся в распоряжении человечества для удовлетворения потребностей, а также в целях прогресса в одной или нескольких областях его деятельности.

Ответ: выставка

Психический процесс, проявляющийся в особой форме активности человека, которая выражается в направленности сознания на значимые для него явления и его сосредоточенности на внешних предметах или внутренних переживаниях, первый психологический барьер при взаимодействии потребителя с рекламным сообщением.

Ответ: внимание

Побочный довод, который отвлекает от рекламируемого продукта и переключает внимание потребителя, на какие-то не связанные с потреблением, отвлеченные мысли.

Ответ: довод-вампир

Вид рекламы, которая выводит человека из состояния эмоционального равновесия

Ответ: шоковая реклама (шок-реклама)

ЗАДАНИЕ 12. Совокупность убеждений о надежности рекламы и готовности действовать в соответствии с информацией, переданной в рекламном сообщении.

Ответ: доверие

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации (6 семестр)

Как называется информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства?

Ответ: социальная реклама

УП.03.01 Учебная практика. Практические основы (8 семестр)

Вставьте пропущенное слово:

Позиционирование – это процесс определения или проектирования _____ в сознании целевой аудитории, которую должна занять торговая марка по соотношению с конкурентными марками.

Ответ: позиции

ПП.03.01 Производственная практика. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (8 семестр)

Обычно под „„„„„, подразумевают:

- ресурсы культурно-исторического наследия (исторические, культурные, архитектурные достопримечательности);
- основные средства его представления (музеи, галереи, концертные учреждения и др.);
- результаты культурной деятельности (выставки, экспозиции, массовые мероприятия, концерты и пр.).

Ответ: культурный продукт

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОП.04 Экономика организации (6 семестр)

В отчетном году сумма нормируемых оборотных средств на предприятии составила 100000 руб. Длительность одного оборота оборотных средств – 35 дней. Определить коэффициент оборачиваемости оборотных средств.

Решение: Коэффициент оборачиваемости оборотных средств составит:

$$K_{o. \text{отч.}} = \frac{360 \text{ дней}}{35 \text{ дней}} = 10,3 \text{ об.}$$

Ответ: 10,3.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Вас захватили в заложники. Какие правила личной безопасности необходимо соблюдать, чтобы снизить угрозу для вашей жизни?

Ответ: не привлекать к себе внимание преступников, а на любое свое действие спрашивать разрешение и выполнять требования террористов, при проведении операции по освобождению ложиться на пол и не подниматься до команды

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

Вы создаёте медиапроект для продвижения студенческого коммуникационного агентства. Агентство выполняет заказы на условиях символического агентского вознаграждения, главной целью работы над проектами является приобретение профессионального опыта и новые знакомства.

Опишите основные сегменты целевой аудитории данного проекта.

Ответ: Сегмент первый: мужчины и женщины 22 – 45 лет, руководители и / или владельцы рекламных агентств, заинтересованные в молодых и креативных сотрудниках-аутсорсерах.

Сегмент второй: мужчины и женщины 22 – 45 лет, руководители и / или владельцы небольших коммерческих и некоммерческих организаций, коммуникационный бюджет которых не позволяет держать штатного специалиста по рекламе или пользоваться услугами профессионального агентства.

Сегмент третий: мужчины и женщины 22 – 45 лет, специалисты по коммуникациям крупных компаний, ищущие новые идеи и открытые для сотрудничества с будущими коллегами.

Сегмент четвёртый: студенты вузов, обучающиеся на направлениях «Реклама и связи с общественностью», «Медиакоммуникации», «Дизайн», «Маркетинг».

ЗАДАНИЕ 8. Соответствует ли данная реклама ЦА?

Насколько она этична и эффективна?



Ответ: если говорить о том, что услугами автомойки пользуются не только мужчины, но и женщины, то реклама не вполне соответствует интересам ЦА. Рекламное сообщение нельзя назвать этичным: 1) оно демонстрирует вовсе не ту услугу, которую предлагает, и в ней используются унижительные гендерные стереотипы.

Также эту рекламу нельзя назвать эффективной, так как эротический образ является образом-вампиром, отвлекающим ЦА от самой сути рекламного послания

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Выполните анализ структуры предложенного рекламного объявления.

Каковы его основные элементы?



Ответ:

Объявление состоит из визуальной и вербальной частей. Основной визуальный элемент выполнен в виде фотографии, занимающей почти всё пространство объявления, с объектом рекламирования, размещённым в центре. Первый вербальный элемент – логотип компании. Второй вербальный элемент – слоган на английском языке и его адаптированная версия на русском языке. Контактная информация представлена адресами сайтов и телефоном дистрибьютора, логотипами торговых сетей, в которых, вероятно, продаётся объект рекламирования, и QR-кодом.

ЗАДАНИЕ 5. Выполните анализ структуры предложенного рекламного объявления. Каковы его основные элементы?

ОНА ИНАЯ

ANTI-AGE УХОД В УСЛОВИЯХ ГОРОДА
Сыворотка для лица "Она иная"
MULTICOMPLEX ANTI-AGING

- замедляет стрессовое старение клеток*
- глубоко увлажняет кожу*
- повышает эластичность и тонус кожи*
- защищает от излучения / кожи вокруг глаз / области шеи и декольте

В условиях города кожа испытывает высокую нагрузку (факторы городского смога и пыли, голубой свет от гаджетов, перепады температур, ультрафиолет). Все эти факторы влияют на состояние и здоровый цвет кожи, делая ее тусклой и обезвоженной.

Сыворотка "Она иная" MULTICOMPLEX ANTI-AGING снижает стресс-индуцированное старение кожи*, придает коже гладкость, бархатистость, сияние и здоровый вид.

* качество продукта подтверждено клинически и лабораторными исследованиями

MASTER-OM.COM Золотое Яблоко

Multicomplex Anti-aging - Мультикомплекс Анти-Айдинг

Ответ: Объявление состоит из визуальной и вербальной частей. Основной визуальный элемент выполнен в виде фотографии, на которой представлена основательница торговой марки, второй визуальный элемент – крупное изображение рекламируемого продукта. Первый вербальный элемент – крупный логотип продукта (или серии) в правом верхнем углу. Следующие вербальные элементы – заголовок и подзаголовок. Ещё один вербальный блок – основной текст, состоящий из трёх абзацев, один из которых представлен в виде списка. Контактная информация представлена адресом сайта, логотипом торговой сети, в которой, вероятно, продаётся объект рекламирования, и QR-кодом

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе (6 семестр)

Вы создаёте медиапроект для популяризации театрального искусства среди молодёжной аудитории. Опишите основные сегменты целевой аудитории данного проекта.

Ответ: Первый сегмент – старшие школьники и студенты, задумывающиеся о том, как интересно провести время, выбирающие, куда пригласить друга или подругу. Второй сегмент – сотрудники государственных и частных театров. Третий сегмент – СМИ, лидеры мнений, пишущие о региональных культурных событиях и проектах.

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности (6 семестр)

Унитарное предприятие это –

Коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником (Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации, муниципальным образованием) имущество. Имущество неделимо и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия.

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы (7 семестр)

Какой механизм привлечения внимания используется в этих рекламных сообщениях:

«Ты не ты, когда Ла-Ла-жаешь» (Сникерс)

«Добро пожаловать! Рады абсолютно всем котам с 1926 года»
(авиакомпания Люфтганза)

«Сомневаешься – идти стричься сейчас или подождать полгода? Не переживай – «Олдбой» уже позаботился о необходимых мерах безопасности» (Барбершоп)

Ответ: *использование текущей повестки для привлечения внимания к продукту*

ЗАДАНИЕ 10. Перед вами 2 варианта вывески для нового отеля: «Отель Парадиз» и «Парадиз Отель». Какую вывеску лучше выбрать и почему?

Ответ: *«Отель Парадиз», процесс вспоминания легче происходит в прямом, а не в обратном порядке, поэтому вероятность того, что слово «отель» вызовет в памяти название конкретного отеля «Парадиз» будет выше.*

ЗАДАНИЕ 11. Расставьте в логическом порядке барьеры, которые преодолевает рекламное сообщение: понимание, восприятие, внимание, действие, выбор, доверие, запечатление, привлекательность, смысл

Ответ: *внимание, восприятие, понимание, смысл, запечатление, привлекательность, доверие, выбор, действие.*

ЗАДАНИЕ 12. Какой архетип используют бренды: мороженое СССР, Императорский фарфоровый завод, бренд одежды «Запорожец», и в чем суть его проявления.

Ответ: *Архетип «Золотого века», который проявляется в отсылке какой-то идеальной давно ушедшей эпохи, романтизации ее атмосферы.*

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации (6 семестр)

Выполните анализ структуры предложенного рекламного объявления. Каковы его основные элементы?



The advertisement for Libre Derm Laboratories features a woman with blonde hair and blue eyes, looking slightly to the side. She is holding a small bottle of product. In the foreground, three larger bottles of Libre Derm products are displayed: a blue bottle, a white bottle, and a blue bottle. The background is a solid blue color. The Libre Derm logo is in the top left corner. A QR code is visible in the bottom right corner of the image area.

1 ТОНИЗИРУЮЩИЙ УХОД
Увлажняющий гиалуроновый крем

2 ИНТЕНСИВНЫЙ УХОД
Увлажняющий гиалуроновый крем с витамином С

3 ОСНОВНОЙ УХОД
Увлажняющий гиалуроновый крем для лица, шеи и области декольте
Крем для кожи вокруг глаз

ГИАЛУРОНОВЫЙ СТАНДАРТ УВЛАЖНЕНИЯ

АЛЬФОНСО РОМЕРО ДЕ ЛА ТОРРЕ
Директор по качеству международной лаборатории LIBREDERM

Ответ: Объявление состоит из визуальной и вербальной частей. Основной визуальный элемент выполнен в виде фотографии ассортимента линейки рекламируемого продукта и модели, воплощающей образ марки, занимает 2/3 объявления. Первый вербальный элемент – крупный логотип компании в левом верхнем углу. Второй по размеру вербальный элемент – слоган «Гиалуроновый стандарт увлажнения», размещён на другом фоне. Следующий вербальный блок – основной текст, он является своеобразным нумерованным списком, каждый элемент которого графически выделен крупной цифрой. Ещё один вербально-визуальный блок размещён в правом нижнем углу. Он состоит из небольшого портрета представителя компании, его имени и должности.

УП.03.01 Учебная практика. Практические основы (8 семестр)

. Перед вами овощной мармелад POLZA. Напишите небольшой пост (6-7 предложений) от имени блогера, увлечённого спортом и здоровым образом жизни, для продвижения данного продукта в соцсети «ВКонтакте».



Ответ: Не так давно я начал вести спортивный образ жизни и отказаться от всей вредной еды в рационе, от сладкого, кстати, тоже! Но благодаря полезному овощному мармеладу от бренда POLZA я всё так же могу радовать себя чем-то вкусеньким и одновременно питательным. Для себя я выбрал мармелад со вкусом томата и моркови, уж очень мне понравился их вкус! Теперь постоянно ношу его у себя в сумке на случай быстрого перекуса.

Не бойтесь пробовать что-то новое и альтернативное тому, от чего давно хотели бы отказаться, но всё никак не могли. Этот пост - тот самый знак, что, наконец, пора начать!

ПП.03.01 Производственная практика. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (8 семестр)

На основе информации из приведённого ниже текста придумайте персонажей и ситуацию для диалога в телевизионном рекламном ролике.

«Загрязненный воздух, сигаретный дым, радиация, алкоголь, стрессовые ситуации, некоторые лекарственные препараты и пищевые продукты вызывают образование в нашем организме свободных радикалов. Капсулы «Триовит» содержат специальную комбинацию антиоксидантных витаминов (А, С, Е) и селена. Это гармоничное сочетание увеличивает иммунную сопротивляемость организма, уменьшает риск развития ряда онкологических и сердечно-сосудистых заболеваний. «Триовит» можно купить в любой аптеке без рецепта».

Ответ: Оптимальным решением для ролика будет выбор персонажей, обладающих разным объемом информации. Например, это могут быть две подруги, одна из которых уже пользуется «Триовитом» и чувствует себя активной и бодрой, а вторая задумывается над тем, как улучшить защитные функции своего организма. В уточняющих репликах диалога могут быть раскрыты параметры рекламируемого продукта

ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

В результате освоения ПК 4.1. обучающийся должен:

иметь практический опыт:

планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

уметь:

составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

знать:

аспекты планирования рекламы;

этапы принятия и реализации управленческих решений;

классификацию целей менеджмента.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ОП.06 Сервисная деятельность (6 семестр)

ОП.08 Документационное обеспечение управления (4 семестр)

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (6 семестр)

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения (7 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

ПП.04.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

1) тестовые задания:

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Выберите последовательность подробного осмотра пострадавшего, находящегося в сознании:

А) голова, шея, грудная клетка, живот, ноги и руки

В) грудная клетка, голова и шея, ноги и руки, живот

С) голова, грудная клетка, живот, шея, руки и ноги

Д) верного ответа нет

<p>ОП.06 Сервисная деятельность (6 семестр)</p> <p>Услуга обладает следующими качествами:</p> <p>А. способность к хранению и транспортировке</p> <p>В. неизменностью качества</p> <p>С. неотделимость от своего источника</p>
<p>ОП.08 Документационное обеспечение управления (4 семестр)</p> <p>В каком случае на документе не воспроизводится эмблема организации?</p> <p>А. если на документе уже помещён герб Российской Федерации;</p> <p>В. если на документе уже помещён герб субъекта Российской Федерации;</p> <p>С. если на документе уже помещён герб Российской Федерации или герб субъекта Российской Федерации;</p>
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности(4 семестр)</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Из приведенных ролей участников фокус-группового исследования найдите деструктивную роль:</p> <p>А. вещатель</p> <p>В. авторитет</p> <p>С. застенчивый</p> <p>Д. союзник модератора</p>
<p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или неопределенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т. д.), влияющих на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом называется:</p> <p>Е. социальное обременение</p> <p>Ф. этический кодекс</p> <p>Г. корпоративная социальная ответственность</p> <p>Н. корпоративная культура</p>
<p>МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (6 семестр)</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Какой способ управленческого влияния на подчиненных считается самым древним?</p> <p>І. подражание</p> <p>Ј. "заражение"</p> <p>К. подкуп</p> <p>Л. внушение</p> <p>ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа: Кто считается в мире основоположником науки управления?</p>

А. А. Файоль

В. Ф.Тейлор

С. Г. Эмерсон

Д. Э. Мэйо

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

В какой теории мотивации собственные доходы сопоставляются с доходами других лиц:

М. теория мотивации Маслоу

Н. теория мотивации МакКлелланда

О. теория справедливости Адамса

Р. теория ожидания Врума

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

В каком виде может быть реализована в процессе управления обратная связь:

А. приказ, распоряжение, указание;

В. план, задание;

С. отчет;

Д. данные контроля;

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Что является результатом деятельности объекта управления:

А. информация;

В. функция управления;

С. готовая продукция организации;

Д. управленческое решение.

Выберите правильный вариант ответа:

Какое из нижеприведенных определений относится к принципам управления:

А. это обособленная область управленческой деятельности

В. это основные правила управленческой деятельности

С. это способы достижения цели

Д. верных ответов нет

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения (7 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Как бы вы назвали процесс взаимодействия компаний «Puma» и «Союзмультфильм» при разработке и выпуске кроссовок коллекции «Puma Suede», на которых были изображены герои мультфильмов «Винни-Пух» и «Ну, погоди!».

Q. кросс-промушн;

R. реферальная программа;

S. коллаборация;

T. монетизация

УП.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

К элементам комплекса «4 Р маркетинга» НЕ относится:

U. товар

V. цена

W. места продаж

X. позиционирование

ПП.04.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Процесс построения медийного имиджа не включает в себя:

Y. формирование типа публичного образа (имиджа) по заданным параметрам

Z. налаживание деловых связей со спортсменами-конкурентами

AA. разработку содержания ключевых компонентов (атрибутов) выбранной модели медийного имиджа

BB. продвижение и закрепление медийного имиджа в восприятии представителей целевых аудиторий с использованием инструментов маркетинговых коммуникаций

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Действия при возникновении природного пожара.

Самое главное следует определиться с направлением ветра, с какой скоростью и куда распространяется огонь. Уходить от пожара следует на ветер, перпендикулярно возгоранию. Обязательно намочите любую ткань водой и прикройте органы дыхания.

ОП.06 Сервисная деятельность (6 семестр)

Результат, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществленного при взаимодействии поставщика и потребителя, и, как правило, нематериальна

Ответ: услуга

ЗАДАНИЕ 4. Один из секторов экономики, и ее состояние всегда зависит от развития остальных секторов.

Ответ: сервис услуг

ЗАДАНИЕ 5. Особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями

Ответ: сервис

ЗАДАНИЕ 6. Вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей людей путем оказания услуг. Данной деятельностью занимаются индивидуальные предприниматели и сервисные организации, которые оказывают материальные и социально-культурные услуги

<p>Ответ: сервисная деятельность</p>
<p>ОП.08 Документационное обеспечение управления (4 семестр)</p>
<p>В каком случае составляют список-рассылку? Ответ: если указывается более четырех адресатов;</p>
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности(4 семестр)</p>
<p><i>Сбор и анализ вторичной информации из доступных источников. Такие исследования опираются на различные источники информации, что позволяет получать большие объемы данных, сравнивать и анализировать полученные результаты.</i> Ответ: кабинетные исследования</p>
<p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
<p>Продвижение компании, а также ее товаров и услуг с помощью рекламных кампаний, ивентов, акций или конкурсов совместно с компаниями-партнерами - Ответ: кросс-маркетинг</p>
<p>МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (6 семестр)</p>
<p>процесс создания и претворения в жизнь программ и планов действий, и мероприятий, связанных в пространстве (по исполнителям) и во времени (по срокам), нацеленных на выполнение стратегических задач. Ответ: Стратегическое планирование</p>
<p>МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения (7 семестр)</p>
<p>УП.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)</p>
<p>1. метод <u>стратегического планирования</u>, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории Ответ: Swot-анализ</p>
<p>ПП.04.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)</p>
<p>ЗАДАНИЕ 8. методика для анализа конкуренции в отрасли и выработки стратегии бизнеса, разработанная Майклом Портером в Гарвардской школе бизнеса в 1979 году. Ответ: анализ пяти сил Портера</p>
<p>ЗАДАНИЕ 9. анализ сильных, нейтральных и слабых сторон организации Ответ: SNW-анализ</p>
<p>ЗАДАНИЕ 10. Маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании. Ответ: PEST-анализ</p>

ЗАДАНИЕ 11. мнемоническая англоязычная аббревиатура, используемая в менеджменте и проектном управлении для определения целей и постановки задач. Данным критериям должен соответствовать каждый проект
 Ответ: SMART

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Вы находитесь дома. По системе оповещения РСЧС получен сигнал о приближении урагана. Ваши действия при угрозе и во время урагана.

Ответ: закрыть окна, двери, подготовить запас продуктов питания, питьевой воды, фонари, свечи, медикаменты и другое необходимое имущество.

ОП.06 Сервисная деятельность (6 семестр)

Что такое франчайзинг? Объясните и приведите пример франшиз.

Ответ: Франчайзинг – смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, при которой крупные корпорации (франчайзеры) заключают договор с мелкими фирмами за право действовать от имени франчайзера за определенное вознаграждение (роялти). Например, «Макдональдс».

ОП.08 Документационное обеспечение управления (4 семестр)

В состав реквизита «Подпись» входят

Ответ: указание должности, подпись и расшифровка подписи

ОП.09 Социология рекламной деятельности(4 семестр)

В соответствии с моделью психографического сегментирования VALS, охарактеризуйте группу «выживающие»

Ответ: эта группа потребителей, финансовых средств которой хватает на приобретение лишь самых необходимых товаров. Они стремятся экономить и приобретать уже проверенные товары.

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Каждый проект развивается в определённой среде, которую называют окружением проекта. Причём независимо от того, какой предметной области он принадлежит, эта среда напрямую влияет на проект. Все воздействия делят на несколько категорий. Назовите их:

Ответ: · Социально-культурное окружение (нравы и обычаи местности, этические соображения проектной деятельности и т. д.)
 · Международно-политическое окружение (политическая ситуация на территории, экономическое влияние, ресурсоёмкость местности и т. д.)

· **Окружающая среда (экологические параметры, наличие природных ресурсов и т. д.)**

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (6 семестр)

Проект обладает рядом свойственных ему характеристик. Назовите их:

Ответ: 1. Временность — любой проект имеет четкие временные рамки (это не относится к его результатам); в случае, если таких рамок не имеется, деятельность называется операцией и может длиться сколько угодно долго.

2. Уникальные продукты, услуги, результаты — проект должен порождать уникальные результаты, достижения, продукты; в противном случае такое предприятие становится серийным производством.

3. **Последовательная разработка — любой проект развивается во времени, проходя через определённые ранее этапы или шаги, но при этом составление спецификаций проекта строго ограничивается содержанием, установленным на этапе начала.**

ЗАДАНИЕ 7. Опишите жизненный цикл любого проекта

Ответ: 1. Инициализация (англ. Initialization);

2. Планирование (англ. Planning);

3. Выполнение (англ. Executing);

4. Контроль и мониторинг (англ. Controlling and Monitoring);

5. **Завершение (англ. Closing).**

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения (7 семестр)

Вы - сотрудник РА полного цикла. К Вам обратился рекламодатель с просьбой о размещении наружной рекламы (библорд). Составьте технические требования для штатного дизайнера организации.

Ответ: 5 баллов – верно указаны требования к цветовой модели, разрешению, формату файла

2 балла- требования указаны частично верно

0 баллов – требования указаны неверно или отсутствуют

ЗАДАНИЕ 9. Вы - сотрудник РА полного цикла. К Вам обратился рекламодатель с просьбой о размещении модуля на полосу в глянцево-м журнале. Составьте требования для штатного дизайнера организации.

Ответ: 5 баллов – верно указаны требования к цветовой модели, разрешению, формату файла

2 балла- требования указаны частично верно

0 баллов – требования указаны неверно или отсутствуют

ЗАДАНИЕ 10. Вы - сотрудник РА полного цикла. К Вам обратился рекламодатель с просьбой печати листовок. Составьте требования для штатного дизайнера организации.

Ответ: 5 баллов – верно указаны требования к цветовой модели, разрешению, формату файла

2 балла- требования указаны частично верно

0 баллов – требования указаны неверно или отсутствуют

ЗАДАНИЕ 11. Вы - сотрудник РА полного цикла. К Вам обратился рекламодатель с просьбой о размещении рекламного баннера в сайте. Составьте требования для штатного дизайнера организации.

Ответ: 5 баллов – верно указаны требования к цветовой модели, разрешению, формату файла

2 балла- требования указаны частично верно

0 баллов – требования указаны неверно или отсутствуют

УП.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

Кто такой SEO-специалист? Каковы его должностные обязанности?

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

ЗАДАНИЕ 3. Кто такой SMM-специалист? Каковы его должностные обязанности?

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

ПП.04.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

Кто такой Event-специалист? Каковы его должностные обязанности?

Ответ: Организация и подготовка мероприятий "под ключ" (конференции, семинары, форумы, мастер-классы, праздники, выставки).

Поиск площадок под мероприятия.

Работа с подрядчиками, составление сметы.

ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

В результате освоения ПК 4.2. обучающийся должен:

иметь практический опыт:

контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

уметь:

проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

проводить презентацию рекламного продукта;

знать:

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;

пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

классификацию целей менеджмента.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (7 семестр)

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения (7 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

ПП.04.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

1) тестовые задания:

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)
1. С какой целью создана система РСЧС: А) для предупреждения и ликвидации ЧС В) для защиты границ РФ С) для помощи государственным союзникам D) для отражения террористических атак
ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)
Предварительное исследование, проводимое с целью уточнения всех элементов основного исследования и внесения в них необходимых корректировок: А. разведывательное В. Аналитическое С. описательное D. верного ответа нет
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
Выберите правильный вариант ответа: Найдите закон, НЕ регулирующий деятельность НКО: А. ГК РФ В. ФЗ «О некоммерческих организациях» С. N 121-ФЗ «Об иностранных агентах» D. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"
ЗАДАНИЕ . Выберите правильный вариант ответа: Набор образных представлений людей о компании, возникающий по поводу различных ее характеристик и продуктов, которые она предлагает, это – Е. имидж компании F. репутация компании G. мнение о компании H. лояльность к компании
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (7 семестр)
1. В теории менеджмента к функциям управления относятся: а) контроль б) финансовый менеджмент в) маркетинг г) ценообразование
МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения (7 семестр)
Выберите правильный вариант ответа: На какой вид мотивов опирается эта реклама:



- I. рациональные
- J. эмоциональные
- K. нравственные**
- L. витальные

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

Различные формы политической деятельности, воздействующей на сознание и настроение людей с целью побудить их к политическим или другим действиям:

- M. рекламная кампания
- N. агитация**
- O. избирательная система
- P. выборы

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Формирование делового имиджа политика следует начинать с ... :

- A. создания имидж-портрета
- B. выбора стратегии
- C. формулирования имиджевых целей**
- D. выступлений в СМИ

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Что относится к одной из самых важных задач PR специалистов?

- Q. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по скорейшей организации процедуры банкротства предприятия
- R. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис**
- S. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по сокращению издержек производства
- T. сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по своевременному регулированию численности персонала компании

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Если известные спортсмены участвуют в рекламных акциях каких-либо компаний-производителей (строительных, фармацевтических, сервисных,

торговых и проч.), то несут ли они ответственность за некачественный продукт, который был объектом рекламы?

U. Нет, ответственности спортсмены не несут, поскольку они не в состоянии проверить качество рекламируемого ими продукта, они просто приглашены рекламодателем для того, чтобы произнести подготовленный для них текст

V. Да, участвующие в рекламных кампаниях атлеты (тренеры, арбитры) безусловно несут моральную ответственность за рекламируемый продукт, но финансовая и материальная ответственность на них не распространяется

W. Всю полноту ответственности за рекламу спортсмены несут только тогда, когда это специально оговорено национальным законодательством той страны, где она проводится. Участие в рекламных акциях каких-либо компаний без соответствующей проверки качества рекламируемого продукта может быть истолковано как злоупотребление доверием (мошенничество)

X. несут в любом случае, в том числе уголовную ответственность

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Могут ли фитнес-клубы прибегать к рекламе собственных торговых марок, продуктов и услуг за счёт использования образов своих известных клиентов?

Y. Безусловно, могут, поскольку известные люди действительно являются их клиентами — здесь нет никакого обмана

Z. Безусловно, могут, но при условии, что данные клиенты фитнес-клуба дали своё согласие на использование их изображений

AA. Фитнес-клубы могут использовать изображения своих клиентов в антураже тренажёрных залов лишь в том случае, если они им заплатят

BB. Если VIP-клиенты делают снимки на память или в иных целях в антураже тренажёрных залов, то и фитнес-клуб может фотографировать своих клиентов безвозмездно, использовать их фото в любых рекламных кампаниях без каких бы то ни было согласований и правовых процедур

УП.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

. Выберите правильный вариант ответа:

Неэтичная реклама в соответствии с законом "О Рекламе":



CC. реклама, не соответствующая моральным принципам и нравственным устоям общества

DD. порочит объекты искусства;

EE. нет отдельного определения в законе

FF. оскорбляющая чувства людей

1. Выберите правильный вариант ответа:

На основе какого психологического закона создан этот рекламный прием?



GG. закон Зейгарник

HH. закон Ривса

II. эффект *Пигмалиона*

JJ. закон Юнга

2. Выберите правильный вариант ответа:

В соответствии с экспериментом Лисинского, произведённом в шляпном магазине в 1922 году, у какой из витрин время рассматривания товаров и число обращений будет больше?





- КК. у первой
 LL. **у второй**
 ММ. одинаково
 NN. обе витрины оформлены неправильно и не привлекут внимание покупателей

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Опишите свои действия, если землетрясения застало Вас на улице.

Ответ: оставаться там же, но не стоять вблизи зданий, а перейти на открытое пространство.

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

анализ, осуществляемый с помощью объединения результатов нескольких исследований методами статистики

Ответ: мета-анализ

название теста, который проводится спустя 24-30 часов после показа рекламы

Ответ: DAR (day-after-recall)

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия (скрытые или прямые указания рекламодателей, продавцов, создателей контента — покупку, регистрацию, подписку, посещение определённой страницы сайта, переход по рекламной ссылке), к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах

Ответ: конверсия

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (7 семестр)

Система контроля качества на современном предприятии должна опираться на оценку качества продукции на всех стадиях жизненного...

<p>Ответ: цикла</p>
<p>МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения (7 семестр)</p>
<p>маркетинговый инструмент, который помогает системно управлять работой по продвижению продукта/бренда и рекламным бюджетом. Он представляет собой таблицу с графиком выхода рекламы на определенный период и содержит данные о каналах размещения, бюджете, прогнозируемых результатах рекламной кампании и прибыли.</p> <p>Ответ: медиаплан</p> <p>состоящая из букв и/или цифр совокупность символов, дающая право на приобретение товара или услуги на специальных условиях., являются одним из инструментов стимулирования продаж, а также используются для анализа эффективности рекламного канала</p> <p>Ответ: промокод</p> <p>ЗАДАНИЕ 7. показатель эффективности <u>продаж</u>, рассчитывается делением общей суммы совершённых покупок на их количество, рассматривается в динамике</p> <p>Ответ: средняя стоимость заказа (средний чек)</p> <p>ЗАДАНИЕ 8. Критерий эффективности рекламный, включающий УЗНАВАЕМОСТЬ и ВСПОМИНАЕМОСТЬ</p> <p>Ответ: запоминаемость</p> <p>ЗАДАНИЕ 9. критерий, который означает, может ли респондент узнать в рекламе ту, которую он видел раньше. Это необходимое условие для эффективности рекламы.</p> <p>Ответ: узнаваемость</p>
<p>УП.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)</p>
<p>Целевые скидки, реализуемые после совершения покупки. Потребитель отправляет в какой – либо форме подтверждение покупки производителю, который возмещает часть уплаченной суммы почтовым переводом.</p> <p>Ответ: денежные компенсации (кэшбэк)</p>
<p>ПП.04.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)</p>
<p>Сертификаты, дающие потребителю право на оговоренную экономию при покупке конкретного товара.</p> <p>Ответ: купоны</p> <p>Фамилия исследователя, чьим именем названа популярная среди специалистов в области маркетинга пирамида потребностей</p> <p>Ответ: Маслоу</p> <p>Предложение бесплатного товара или услуги. Образцы могут разносить по</p>

принципу «в каждую дверь», рассылать по почте, раздавать в магазине, прилагать к какому-либо другому товару или рекламному объявлению в журнале или газете.

Ответ: Пробные образцы

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Во время отдыха на природе вас застала гроза. Ваши действия.

Ответ: отойти подальше от высоких предметов, не укрываться в скалах, постараться разместиться на сухом месте и отойти подальше от воды.

ОП.09 Социология рекламной деятельности (4 семестр)

Какие мотивы задействованы в данной рекламе?

The advertisement features a yellow vertical banner on the left with the Raiffeisen Bank logo (a crossed hammer and pickaxe) and the text "Райффайзен БАНК". The main background is a dark, blurred image of a social gathering. In the center, a Raiffeisen Bank Mastercard is displayed with a large yellow arrow pointing to the right, indicating a cashback offer. The text "Кэшбэк на всё" (Cashback on everything) is written in large white letters, with "1,5 % рублями, а не баллами" (1.5% in rubles, not in points) below it in yellow. The Mastercard logo is visible in the bottom right of the card image. A yellow button with the text "Закажите сейчас >" (Order now >) is positioned at the bottom right of the advertisement. A "0+" age rating is visible in the top right corner.

Ответ: рациональный. получение прибыли

ЗАДАНИЕ 12. Какие мотивы задействованы в данной рекламе?

РОСГОССТРАХ



Ежегодно в жилом секторе на территории РФ происходит около 100 000 пожаров

ЗАКЛЮЧАЙТЕ ДОГОВОРЫ СТРАХОВАНИЯ ДОМОВ И ДОМАШНЕГО ИМУЩЕСТВА

ПАО СК «Росгосстрах», лицензия Банка России на осуществление страхования СИ № 0001, выдана 06.06.2018 г., бессрочная. Использована статистика, опубликованная на официальном сайте МЧС России (www.mchs.gov.ru). Реклама.

Ответ: Рациональные мотивы, а именно мотив надежности и гарантий.

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Перечислите основные инструменты директ-маркетинга

Ответ: почтовая рассылка, факс-рассылка, e-mail-рассылка, курьерская доставка, телемаркетинг, демонстрация продукта в настоящем времени, посылочная торговля по каталогам

ЗАДАНИЕ 2. Реклама: Елена Кучеренко, врач-офтальмолог: «На помощь спешит модный и одновременно полезный аксессуар – компьютерные очки Crizal». Почему реклама была признана ненадлежащей?

Ответ: Использование образов врачей и фармацевтов запрещено в любой рекламе, кроме: 1) рекламы медицинских услуг; 2) рекламы средств личной гигиены; 3) специализированной рекламы, размещаемой на мероприятиях или в изданиях для медицинских и фармацевтических работников (п. 4 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе)

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (7 семестр)

ЗАДАНИЕ: Охарактеризуйте архетип управляющего «лидер»

Такой архетип управляющего как лидер должен обладать такими основными чертами как умение общаться с людьми, способность распознавать потенциал каждого человека и заинтересовывать его

в полном использовании этого потенциала

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения (7 семестр)

К вам обратился владелец несетевого магазина мясных продуктов и колбас «Колбасофф» с просьбой исправить ситуацию средствами маркетинга. Вкусовые качества продукции хорошие и соответствуют ГОСТ. Магазин располагается в здании рынка «Репное» и не приносит доходов (не окупается). При этом рекламные материалы выполнены на высоком профессиональном уровне. С чего вы начнете свою работу над данным проектом? Какие советы и мероприятия предложите?

Ответ: в первую очередь, необходимо провести маркетинговое исследование и изучить портрет целевой аудитории: ее геолокацию в городе, покупательские привычки и уровень доходов. Во-вторых, изучить проходимость рынка «Репное» и состав покупателей. В-

третьих, сделать SWOT- анализ магазина “Колбасофф” и его ближайших конкурентов. В-четвертых, на основании, проведенных исследований, скорректировать рекламную стратегию, возможно, порекомендовать сменить местоположение торговой точки на ТЦ и скорректировать ценовую политику.

УП.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

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

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

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

0 баллов – верного ответа нет

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

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

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

0 баллов – верного ответа нет

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

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

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

0 баллов – верного ответа нет

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

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

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

0 баллов – верного ответа нет

ПП.04.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)

Предложите, эффективное, по вашему мнению, BTL-мероприятие, которое можно провести на открытие городского экскурсионного бюро. Опишите его преимущества

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

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

0 баллов – верного ответа нет

ЗАДАНИЕ 8. Предложите творческую идею для размещения информации о спонсоре на фестивале мультфильмов. Спонсором является образовательный центр для

дошкольников.

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

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

0 баллов – верного ответа нет

ЗАДАНИЕ 9. Предложите творческую идею для размещения информации о спонсоре на фестивале мультфильмов. Спонсором является магазин детской одежды.

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

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

0 баллов – верного ответа нет

ЗАДАНИЕ 10. Предложите творческую идею для размещения информации о спонсоре на фестивале рекламы. Спонсором является типография.

Ответ: **5 баллов – идея не банальная, соответствует интересам целевой аудитории, описаны преимущества инструмента**

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

0 баллов – верного ответа нет

ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

В результате освоения ПК 4.3. обучающийся должен:

иметь практический опыт:

взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

аспекты планирования рекламы;

этапы принятия и реализации управленческих решений;

классификацию целей менеджмента.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

1) тестовые задания:

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности (4 семестр)

Оптимальным временем для оказания первой помощи являются:

А) первый час

В) первые 30 минут

С) 45 минут

Д) первые сутки

ОП.06 Сервисная деятельность (6 семестр)

Одно из ключевых понятий, которое используются при определении сервиса

А. потребность

В. профессионализм

С. качество

ОП.08 Документационное обеспечение управления (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Документ, являющийся единственным основанием передачи имущественных авторских прав:

А. **авторский договор**

В. договор купли-продажи

С. договор на подряд

Д. расписка

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Срок давности привлечения к административной ответственности за нарушения закона «О Рекламе»

Е. период трансляции (размещения) рекламы

Ф. **1 год с даты совершения правонарушения**

Г. 5 лет с даты совершения правонарушения

Н. 6 месяцев с даты совершения правонарушения

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

Согласно статьям 1250, 1252 и 1253 ГК РФ, автор вправе потребовать с нарушителя возмещение убытков за незаконное использование его произведения. Эта сумма составляет:

А. от 1000 до 10000 рублей;

В. от 500 до 15 000 рублей;

С. **от 10 тыс. до 5 млн рублей или стоимость права использования произведения, умноженная на два;**

Д. в российском законодательстве не фигурирует никаких конкретных сумм

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Вы хотите использовать чужое аудиовизуальное произведение (видеоролик). С кем вам в первую очередь нужно связаться, для получения разрешения на его использование:

И. режиссером

Ж. продюсером

К. сценаристом

Л. актерами

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (6 семестр)

Кому необходим бизнес-план:

- а) только руководителям и сотрудникам
- б) инвесторам, банкам, налоговой службе
- в) это – формальный документ, дань моде; мало, что даёт при изменчивой обстановке

г) всем категориям субъектов отношений

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения (7 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Техническое задание, составленное совместными усилиями заказчика и исполнителя, называется ...

М. бриф

- N. соглашение
- O. договор на оказание услуг
- P. расписка

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Является ли пиар (PR, связи с общественностью) частью маркетинга или это самостоятельная научная и практическая дисциплина?

Q. Нет, пиар является самостоятельным направлением. Пиар — это пропаганда, способ убеждения людей, склонения их к определённой точке зрения. Изменив взгляды и ценности потребителей в нужном направлении, можно добиться желаемого потребительского поведения

R. Да, пиар является частью маркетинга, поскольку в коммерческом секторе преследует те же цели — повышения конкурентоспособности, привлечения (удержания) потребителей, продвижение продуктов, торговых марок, отдельных персоналий

S. Пиар — это своего рода реклама людей, товаров, предприятий, брендов. Следовательно, пиар является частью рекламы, которая, в свою очередь, является частью маркетинга. Таким образом, пиар — это часть маркетинга

T. Чёткой границы между маркетингом, рекламой и пиаром нет, следовательно эти понятия аналогичны по смыслу

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Закон РФ «О рекламе» предусматривает ответственность за распространение ненадлежащей информации в виде:

- U. штрафа
- V. частичного приостановления рекламы нарушителя

W. все вышеперечисленное

X. полного приостановления рекламы нарушителя

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Рекламная информация на территории РФ должна распространяться:

Y. на государственном языке и по усмотрению рекламодателя на иных языках без искажения её смысла

Z. на русском языке

AA. на языках народов РФ

BB. нет верного ответа

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Недобросовестная реклама ...

<p>СС. дискредитирует фирмы и граждан, которые не пользуются рекламируемыми товарами</p> <p>DD. содержит некорректные сравнения с конкурентными товарами</p> <p>EE. вводит потребителей в заблуждение путем имитации рекламы других товаров</p> <p>FF. размещается в неполюженном месте</p>
<p>УП.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)</p>
<p>Срок охраны авторского права в России составляет:</p> <p>GG. всю жизнь автора плюс 70 лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора;</p> <p>HH. всю жизнь автора;</p> <p>II. 50 лет с момента создания произведения</p> <p>JJ. 100 лет с момента смерти автора</p> <p>Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет:</p> <p>KK. Правительство РФ;</p> <p>LL. Федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;</p> <p>MM. Ассоциация коммуникационных агентств России</p> <p>NN. Органы внутренних дел.</p>
<p>ПП.04.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)</p>
<p>Личные <u>неимущественные</u> авторские права НЕ включают:</p> <p>OO. право авторства</p> <p>PP. право на имя</p> <p>QQ. право на защиту репутации</p> <p>RR. право на воспроизведение</p>

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

<p>5 Безопасность жизнедеятельности</p>
<p>иально возведенные сооружения, направленные на защиту большого количества ей, в случае возникновения ЧС –</p> <p>т: Защитные сооружения</p>
<p>6 Сервисная деятельность</p>

<p>важной особенностью услуг является</p> <p>Т: неосязаемость</p>
<p>8 Документационное обеспечение управления</p> <p>Подписанием какого документа сопровождается завершение работ?</p> <p>ет: акт сдачи-приемки выполненных работ</p> <p>ание в сжатой форме задания на выполнение рекламных работ. В этом документе рекламодатель (заказчик) прописывает основные параметры рекламной кампании (РК), в соответствии с которыми рекламное агентство (исполнитель) выполняет заказанные работы.</p> <p>ет: бриф</p>
<p>4 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p> <p>в соответствии с <u>Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"</u>, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации -</p> <p>ет: ненадлежащая реклама</p>
<p>04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</p>
<p>04.02 Реклама и СО в сфере применения</p> <p>ясните, чем отличается медиа-бриф от креативного брифа</p> <p>ет: медиа-бриф – задание, необходимое для проведения рекламной кампании; креативный бриф – документ, освещающий задачи по разработке образа, например, для рекламного материала;</p> <p>ОПРЕДЕЛЕНИЕ 2. В соответствии с <u>Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"</u>, изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо -</p> <p>ет: рекламодатель</p> <p>ОПРЕДЕЛЕНИЕ 3. В соответствии с <u>Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"</u>, лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму -</p> <p>ет: рекламопроизводитель</p> <p>ОПРЕДЕЛЕНИЕ 4. В соответствии с <u>Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"</u>, лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств -</p> <p>ет: рекламораспространитель</p>
<p>4.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)</p> <p>в соответствии с <u>Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"</u>, лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного продукта творческой деятельности -</p>

ет: спонсор

АНИЕ 6. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства -

ет: социальная реклама

4.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления сырного продукта (8 семестр)

АНИЕ . В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", •лица, привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

ет: потребители рекламы

АНИЕ . Чаще всего ответственность за нарушения законодательства в сфере рекламы несет...

ет: рекламодатель (заказчик)

АНИЕ . Как называется орган, который занимается выявлением нарушений в сфере рекламы? (полное название)

ет: Федеральная антимонопольная служба

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

5 Безопасность жизнедеятельности

находитесь в общественном месте (кинотеатре, музее, вокзале), там возник пожар. Ваши действия.

ет: оценить обстановку и сообщить о пожаре, двигаться к ближайшему выходу, помогая престарелым, пожилым людям. при задымлении или отсутствии освещения двигаться, придерживаясь за стены или поручни, дышать через какую-либо ткань.

6 Сервисная деятельность

сотрудник РА полного цикла. К Вам обратился рекламодатель, деятельность которого связана с реализацией табачной продукции. Каковы ваши действия?

Ответ: 5 баллов - рекламодателю отказано в услуге, объяснена причина
2 баллов - рекламодателю отказано в услуге без объяснения причины
1 балл - рекламодателю предложена услуга, ответа нет

8 Документационное обеспечение управления

е пункты может включать бланк-заказ на медиапланирование

Ответ: Сведения о заказчике (Виза директора).

- Сведения о тираже.
- Сроки исполнения.
- Даты основных этапов производственного цикла.
- Вид изделия.

<p>– Вид печати. – Материал, цвет. – Сведения об оригинал-макете. – Формат издания.</p> <p>сштаб при выводе.</p> <p>ЗАДАНИЕ 12. какие документы могут входить в презентационный пакет документов рекламного агентства? Ответ: Лицензии, сертификаты, дипломы, проспекты, буклеты, прайс-листы</p>
<p>4.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p> <p>... ли у модели авторские права на фотоснимок? Аргументируйте свой ответ. Ответ: Если модель не участвовала в разработке концепции снимка, авторских прав у нее нет. Авторские права на фотографии сохраняются в полном объеме за фотографом. Но в соответствии со ст. 152.1 Гражданского кодекса "Охрана изображения гражданина" "обнародование и дальнейшее использование изображения гражданина (в том числе его фотографии, а также видеозаписи или произведения изобразительного искусства, в которых он изображен) допускаются только с согласия этого гражданина." Т.е. согласие на публикацию фото все равно спрашивать нужно.</p>
<p>4.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</p>
<p>... циально-культурным факторам влияния на потребителей относится: Ответ: культура, социальный класс, референтная группа, семья;</p>
<p>4.04.02 Реклама и СО в сфере применения</p> <p>... сотрудник РА полного цикла. К вам обратился рекламодатель, деятельность которого связана с реализацией лекарственных препаратов. Каковы ваши действия? Ответ: 5 баллов – рекламодателю дана консультация о законодательных ограничениях и предложены варианты надлежащей рекламы 2 баллов – студент частично продемонстрировал знания обо ограничениях или не предложил вариантов надлежащей рекламы 0 баллов – студент не показал знаний</p> <p>ЗАДАНИЕ 8. Вы - сотрудник РА полного цикла. К вам обратился рекламодатель, деятельность которого связана с реализацией БАД. Каковы ваши действия? Ответ: 5 баллов – рекламодателю дана консультация о законодательных ограничениях и предложены варианты надлежащей рекламы 2 баллов – студент частично продемонстрировал знания обо ограничениях или не предложил вариантов надлежащей рекламы 0 баллов – студент не показал знаний</p>
<p>4.04.01 Учебная практика. Практические основы организации и управления процессом изготовления рекламного продукта (8 семестр)</p> <p>Если в рекламе планируется использовать произведение автора, умершего в XIX в., можно ли безгранично использовать любые треки, размещенные в сети Интернет без риска нарушить авторские и смежные с авторскими права? Аргументируйте свой ответ. Ответ: нет. Помимо прав авторских, существуют еще и права, смежные с авторскими, т. е. права исполнителей и производителей фонограмм, организаций эфирного и кабельного вещания.</p>

ЗАДАНИЕ 2. Челябинское УФАС в 2009 г. признало ненадлежащей рекламу областной сети «Классика»3 . В рекламе была использована фотография ребенка. У кого должны были спросить разрешение создатели рекламы, принимая решение о размещении?

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

4.01 Производственная практика. Организация и управление процессом изготовления массового продукта (8 семестр)

Хотите использовать в рекламе чужое произведение, опишите ваши действия:

- Ответ:** 1. узнайте, кто правообладатель произведения
2. свяжитесь с ним
3. заключите договор
4. заплатите ему вознаграждение
5. используйте произведение только в рамках заключенного договора

ЗАДАНИЕ 4. Чем имущественные авторские права отличаются от неимущественных?

Ответ: **Неимущественные права** никак не связаны с использованием произведений в целях получения прибыли. Прежде всего, здесь речь идет о защите самого автора от неправомерного посягательства других лиц на его доброе имя и его права называться автором того или иного произведения.

Имущественные права, в отличие от неимущественных, можно передавать и отчуждать. Осуществляется, в частности, путем заключения договора о создании объекта интеллектуальной собственности между автором и организацией, которой права передаются.

ЗАДАНИЕ 5. Кто является обладателем смежных с авторскими правами?

Ответ: Смежные права или права, смежные с авторскими, – это **права исполнителей, изготовителей фонограмм, вещательных организаций, публикаторов, изготовителей данных на созданные ими результаты интеллектуальной деятельности.**

ЗАДАНИЕ 6. Вы - сотрудник РА полного цикла. К Вам обратился рекламодатель, деятельность которого связана с реализацией алкогольной продукции. Каковы ваши действия?

- Ответ:** 5 баллов – рекламодателю дана консультация о законодательных ограничениях и предложены варианты надлежащей рекламы
2 баллов – студент частично продемонстрировал знания обо ограничениях или не предложил вариантов надлежащей рекламы
1 балл – студент не показал знаний

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

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

В результате освоения ПК 5.4. обучающийся должен:

иметь практический опыт :

- ведения переговоров с заказчиком;

уметь:

- контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;

знать:

- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия на человека.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
. Выберите правильный вариант ответа: Первая буква формулы AIDA на русском языке расшифровывается
А. внимание
В. аттракцион
С. желание
Д. интерес
ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа: Воронка продаж представляет собой:

Е. знакомство с клиентом, презентация продукта, работа с возражениями, допродажа

Ф. знакомство с клиентом, выявление потребностей, продажа, допродажа

Г. знакомство с клиентом, выявление потребностей, презентация продукта, работа с возражениями, сделка

Н. знакомство с клиентом, продажа, постпродажа, презентация продукта

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

1. Выберите правильный вариант ответа:

В чем заключается личное позиционирование рекламного агента?

A. в развитии личного бренда, налаженных контактах, активности в социальных сетях, на форумах для предпринимателей

B. в хорошо составленном резюме на job-сайте

C. хороших отношениях с коллективом рекламного агентства

D. в хороших отношениях с руководством

2. Выберите правильный вариант ответа:

Кто придумывает вопросы для брифа?

I. исполнитель

J. заказчик

K. исполнитель и заказчик

L. набор вопросов стандартный

3. Выберите правильный вариант ответа:

Какой % агентской комиссии принят в российских рекламных агентствах?

M. 8

N. **10**

O. 15

P. 20

4. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется конкурс между рекламными агентствами за получение интересного проекта от прямого заказчика?

Q. брифинг

R. соревнование

S. тендер

T. мозговой штурм

5. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое «принцип одного окна в рекламном бизнесе»?

A. клиент в течение 5 лет по договору заказывает услуги в определенном рекламном агентстве

B. клиент заказывает все услуги у одного рекламного агентства (генерального подрядчика), который, в свою очередь делегирует их субподрядчикам

C. клиент распределяет услуги одного типа между специализированными агентствами

D. верного ответа нет

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Независимая организация, специализирующаяся на разработке, подготовке, производстве и размещении рекламного продукта.

A. рекламное агентство

B. СМИ

C. ФАС

D. дизайн-бюро

Выберите правильный вариант ответа:

Как называется сотрудник, работающий с клиентом со стороны рекламного агентства?

A. букинг-менеджер

B. аккаунт-менеджер

C. координатор проекта

D. smm-менеджер

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Классическая четырехэтапная формула, объясняющая последовательность воздействия рекламного сообщения на потребителя

U. SWOT

V. AIDA

W. PEST

X. ОБСЕ

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Иван нашел на мусорке старый прайс-лист рекламного агентства с ценами на услуги двадцатилетней давности. Имеет ли он потребовать рекламное агентство оказать ему услугу по указанной в прайсе цене?

Y. да

Z. нет, так как прайс - это не документ

AA. да, если в прайсе не обозначена дата, на момент которой была актуальна указанная цена

BB. нет, так как прайс получен незаконно

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется процесс общения с клиентом, выяснение его потребностей и целей от рекламной кампании:

A. customer journey map

B. брифинг

C. переговоры

D. тендер

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

<p>ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</p> <p><i>Торговое предложение целевой аудитории продукта или услуги, в котором четко обозначено выгоды покупателей или клиентов.</i></p> <p>Ответ: Оффер</p> <p>ЗАДАНИЕ 3. набор методов и практик для гибкого управления проектами в разных прикладных областях, от разработки ПО до реализации маркетинговых стратегий, с целью повышения скорости создания готовых продуктов и минимизации рисков за счет итерационного выполнения, интерактивного взаимодействия членов команды и быстрой реакцией на изменения.</p> <p>Ответ: Agile (эджайл)</p> <p>ЗАДАНИЕ 4. сфера цифровой <u>экономики</u>, которая включает в себя все финансовые и торговые <u>транзакции</u>, осуществляемые при помощи <u>компьютерных сетей</u>, и <u>бизнес-процессы</u>, связанные с проведением таких транзакций</p> <p>Ответ: электронная коммерция</p>
<p>МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)</p> <p>1. Факторы, от которых зависит ценовая политика РА, включающая сектор потребителей, рыночную среду, уровень конкуренции, особенности работы поставщиков и посредников, экономическую ситуацию в стране (регионе), называют...</p> <p>Ответ: внешние факторы</p> <p>2. Факторы, от которых зависит ценовая политика РА, включающие цели фирмы, стратегию маркетинговой политики, политику ценообразования, называют...</p> <p>Ответ: внутренние факторы</p> <p>3. Один из видов стимулирования покупателей, в ходе которого потенциальным потребителям товара предоставляется возможность (бесплатно) ознакомиться и оценить качественные характеристики товара на основе органолептический метода оценки, а также коммерческие, потребительские свойства товара</p> <p>Ответ: дегустация</p>
<p>МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)</p> <p>1. термин, определяющий вид информационного и <u>экономического взаимодействия</u>, классифицированного по типу взаимодействующих <u>субъектов</u>, в данном случае это — <u>юридические лица</u>, которые работают не на <u>конечного рядового потребителя</u>, а на такие же компании, то есть на другой <u>бизнес</u>.</p>

Ответ: B2B (бизнес для бизнеса; b-to-b)

2. термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией (Business) и частными лицами, так называемыми «конечными» потребителями

Ответ: B2C (бизнес для потребителя; b-to-c)

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

заранее разработанный сценарий, по которому продавец общается с клиентом во время звонка, в магазине или офисе

Ответ: скрипт продаж

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

. Программы, которые помогают рекламному агенту в ведении текущих проектов (Распределение проектов, аналитика продаж, аналитика источника прихода клиентов и т.д.)

Ответ: CRM-программы

ЗАДАНИЕ 8. Какие типы звонков существуют в продажах рекламных услуг? (через запятую)

Ответ: холодные, теплые, горячие

ЗАДАНИЕ 9. Как называется процесс выделения конкретного объема денежных средств на проект со стороны заказчика?

Ответ: бюджетирование

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

ЗАДАНИЕ 6. Вы – сотрудник BTL-агентства. Ваша задача - составить электронное письмо с коммерческим предложением для нового котокафе в центре города Воронежа. Какие услуги вы будете предлагать в первую очередь? Составьте текст письма.

Ответ: 5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован

Вы – сотрудник BTL-агентства. Ваша задача - составить электронное письмо с коммерческим предложением для новой художественной школы в центре города Воронежа. Какие услуги вы будете предлагать в

первую очередь? Составьте текст письма.

Ответ: 5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

1. Расскажите про путь клиента от первичного запроса до подписания договора (воронка продаж).

Ответ: •Разработка предложения

•Поиск потенциальных клиентов.

•Формирование интереса к предложению - по сути, вовлечение клиентов в воронку.

•Убеждение и проработка возражений. Важно мягко и ненавязчиво аргументировать свою позицию, доказывать выгоду своего предложения.

•Закрытие сделки

•Анализ результатов

Увеличение конверсии

2. Вы – сотрудник BTL-агентства. Ваша задача - составить электронное письмо с коммерческим предложением для нового автосалона. Какие услуги вы будете предлагать в первую очередь? Составьте текст письма.

Ответ: 5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован

3. Какие виды тендеров бывают?

Ответ: Открытые и закрытые, ценовые и креативные.

4. Клиент предлагает нашему агентству участие в тендере. Условие: бесплатная разработка креативной концепции. Нужно ли нам участие?

Ответ: Да, тестовая разработка - обычная практика для рекламных агентств, при этом заключается соглашение о запрете использования креативных концепций, которые проиграли в тендере, на срок до одного года.

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

1. Представьте, что вы - маркетолог, ищите ассистента себе в помощь. Где будете искать и как?

Ответ: рекрутинговые агентства, вузы, сарафанное радио и т.д.

2. Представьте, что вы - маркетолог, ищите ассистента себе в помощь. Какие требования к соискателю будете предъявлять?
Ответ: перечислить необходимые жесткие и гибкие навыки

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

ЗАДАНИЕ 1. В наше агентство приходит новый клиент - Центральный рынок города Воронежа. Он хочет заказать проведение промо-акции. Каковы действия рекламного агента при этом? Распишите процедуру взаимодействия с данным входящим запросом.

Ответ: Брифинг-обсуждение проекта-выставление сметы-заключение договора-отправка отчета после проведенного проекта-отправка закрывающих документов клиенту.

ЗАДАНИЕ 2. Нам поступил заказ на SMM-услугу, которую наше агентство не оказывает. Каковы наши дальнейшие действия?

Ответ: Тут есть два варианта: а)передать заказ конкурентному агентству, дать прямые контакты заказчика, получить 10% комиссии от данного агентства б)согласиться и взять заказ, а выполнение проекта делегировать другому агентству, которое выполняет такие услуги. При этом мы будем нести ответственность за проект и будем принимать оплату на свой расчетный счет.

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Проанализировав прошедший 2022-ой год, мы поняли в своем агентстве, что основной поток клиентов был через сайт. Именно сайт заставил наших потенциальных клиентов отправить нам запрос или позвонить. Как мы встроим эту информацию в стратегию по привлечению клиентов в 2023-ем году?

Ответ: Больше средств вложим в контекстную рекламу, ведущую на сайт.

ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

В результате освоения ПК 5.1. обучающийся должен:

иметь практический опыт :

- ведения переговоров с заказчиком;
- организации связи со СМИ.

уметь:

- контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры;

знать:

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
-
- факторы и методы воздействия на человека.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

<p>ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</p> <p>. Выберите правильный вариант ответа: Маркетплейс — это...</p> <p>A. интернет-магазин с широким выбором товаров;</p> <p>B. торговая площадка или онлайн-платформа, на которой совершаются покупки и продажи товаров и услуг различных брендов (от производителей или продавцов);</p> <p>C. сайт-агрегатор, который управляет запросами пользователей и осуществляет взаимосвязь с производителями товаров.</p> <p>D. лид, или одностраничник, собирающий персональные данные потенциальных клиентов.</p> <p>ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа: Вы ищете спонсоров для организации фестиваля в Воронеже. Ваша деятельность называется:</p> <p>A. спонсоринг</p> <p>B. фандрайзинг</p> <p>C. краудфандинг</p> <p>D. привлечение клиентов</p>
<p>МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)</p> <p>. Выберите правильный вариант ответа: Какой вид рекламного агентства отсутствует на рынке?</p>

Е. коммуникационное

Ф. BTL

Г. SMM

Н. **Аккаунт-агентство**

ЗАДАНИЕ 3. Выберите правильный вариант ответа:

Какой способ поиска клиентов для рекламного агентства сейчас наиболее продуктивен?

I. контекстная реклама

Ж. холодные звонки

К. рассылка КП по производителям

Л. участие в выставках

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Наиболее встречающийся процент вознаграждения рекламному агенту:

М. 5

Н. 20

О. 10

Р. 17

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Прайс рекламного агентства называется:

Q. прейскурант

R. rate card

S. смета

T. бюджет

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Основной функционал рекламного агента заключается в :

U. организации рекламной кампании

V. продаже услуг рекламного агентства

W. в поиске сотрудников для рекламного агентства

X. координации внешних исполнителей рекламного агентства

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

В чем заключается подготовка к встрече с потенциальным клиентом со стороны рекламного агента?

Y. изучить социальные сети собеседника

Z. изучить бизнес клиента, подготовить грамотное коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента

AA. пока договор не заключен, подготовка не нужна

BB. привезти прайс на типичные рекламные услуги

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Open rate, применительно к email-маркетингу, – это метрика, которая

показывает...

- CC. какой процент людей кликнул по ссылке в письме
- DD. какой процент людей отписался
- EE. какой процент людей отметил письмо как спам
- FF. **какой процент людей открыл письмо**

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Релевантность это:

- GG. Столкновение атомов с пикселями
- HH. **Соответствие элементов рекламной кампании запросу пользователя**
- II. Точность соответствия по шкале Моосса
- JJ. Соответствие запроса пользователя ответу бота поисковой системы в каждом конкретном случае

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое ретаргетинг и ремаркетинг?

- A. **технологии показа онлайн-рекламы, которая позволяет рекламодателю еще раз обратиться к аудитории, уже посетившей сайт в прошлом**
- B. это возможность показать пользователю объявление с красивой картинкой
- C. механизм автоматической оптимизации цены клика, действующий в интересах рекламодателя для снижения его расходов
- D. технологии показа объявлений в соответствии с интересами пользователя

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

AdWords это:

- KK. Веб-ресурс предназначенный для рекламодателей с набором определенных рекламных функций, которые взаимодействуют с поисковой системой Google.
- LL. Отличная система для продажи билетов на фестиваль рекламы "Падающий завтрак"
- MM. **Программа интернет-рекламы от Google, позволяющая создавать эффективные объявления и показывать их именно той аудитории, которую они могут заинтересовать.**
- NN. Программа для воспроизведения рекламных видео, текстовых, а также графических рекламных объявлений пользователям сети Интернет.

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

ЗАДАНИЕ 2. "Они невероятно увлечены и заинтересованы, а возможно, даже слегка помешаны на определенной категории товаров. Они обеспечивают

компании как минимум втрое больший рост, чем обычные потребители. И они воздействуют на миллионы людей через социальные сети и «сарафанное радио»." О какой категории потребителей идет речь?

Ответ: суперпотребители

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

1. Подход, построенный на том, что продавец выясняет у клиента максимум информации, которая позволит провести качественную презентацию. Вместо того чтобы давить или доказывать клиенту преимущества продукта, продавец с помощью вопросов помогает клиенту самому осознать проблему и необходимость нужного решения. Запишите англоязычную аббревиатуру.

Ответ: SPIN

2. Нужен ли сайт рекламному агентству?

Ответ: да

3. Составная часть цены товара; например, может быть разницей между розничной и оптовой ценой товаров, необходимая для покрытия издержек и получения средней прибыли предприятиями торговли.

Ответ: наценка

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

1. специалист, занятый продажей рекламного времени, площадок под размещение рекламы, контрактов сопровождения маркетинговых, PR-кампаний.

Ответ: рекламный агент

2. Собрание документов, образцов работ, фотографий, дающих представление о предлагаемых возможностях, услугах фирмы или специалиста

Ответ: портфолио

3. документ, содержащий информацию о навыках, опыте работы, образовании, и другую относящуюся к делу информацию, обычно требуемую для рассмотрения кандидатуры человека для найма на работу.

Ответ: резюме

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

авторское вознаграждение, денежная плата за труд лицам «свободных профессий»

Ответ: гонорар

Одно рекламное объявление сконвертило 5% от 500 кликнувших по объявлению, а второе – 20% от 100. Какое объявление оказалось более успешным?

Ответ: первое

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

расценки на рекламное пространство, радио и телевизионное время. То

же, что прайс-лист.

Ответ: рейтинг

ЗАДАНИЕ 12. Назовите наиболее эффективный интернет-канал для рекламного агентства

Ответ: контекстная реклама

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Вы работаете в рекламном отделе журнала "Здоровье и фитнес". Руководитель дал задание продать 1/2 полосы. Представим, что вы хотите предложить размещение фитнес-клуба "Триэль". Опишите ваши действия.

Ответ: составление коммерческого предложения, упор на совпадение ЦА, ограниченные сроки выгодного предложения. личный контакт с сотрудником, принимающим решения

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

1. Чем отличаются «холодные» звонки от «теплых»?

Ответ: Холодный звонок - телефонные переговоры с потенциальным покупателем или клиентом, который не знаком ни с вашей компанией, ни с вашей продукцией и вообще он даже не догадывается о цели вашего обращения. С таким же успехом можно подойти к прохожему на улице и предложить купить товар компании.

При теплом звонке переговоры ведутся с потенциальным покупателем, который уже знает о бренде и продукте, но пока сомневается: сделать выбор в пользу вашей компании или конкурента. Возможен вариант, что теплый прозвон осуществляется по базе бывших клиентов.

2. Чем отличаются «теплые» звонки от «горячих»?

Ответ: Теплый звонок: переговоры ведутся с потенциальным покупателем, который уже знает о бренде и продукте, но пока сомневается: сделать выбор в пользу вашей компании или конкурента. Возможен вариант, что теплый прозвон осуществляется по базе бывших клиентов.

Горячий звонок: переговоры ведутся с клиентами, которые уже решили купить товар или сами интересуются вашей продукцией. Такие потребители уже сделали выбор и, по сути, их нужно просто довести до оплаты.

. Почему в процессе телефонного разговора с клиентом предпочтительнее форма глаголов настоящего времени, например, «Вы довольны нашей последней поставкой?» (вместо – «Вы были довольны нашей последней поставкой?»)?

Ответ: Форма настоящего времени сообщает собеседнику, что он является клиентом, а не был им в прошлом или станет в будущем.

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

1. Сочетание каких качеств менеджера по продажам важны для клиента на начальном этапе взаимодействия? Почему?

Ответ: Заинтересованность проблемами клиента, компетентность, точность.

2. Отметьте общие черты между предпринимателем и рекламным агентом

Ответ: Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки, учитывая перспективу.

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

Для чего нужна реферальная ссылка?

Ответ: Для участия в партнерской программе. Основная функция реферальных ссылок – привлечение дополнительных клиентов на сайт (в интернет-магазин, онлайн- игру и т.п.) за счет уже имеющихся клиентов. Например, владелец карты «Тинькофф» может предложить своему другу оформить карту этого банка с использованием своей реферальной ссылки , и тогда реферер и реферал получат по 500 руб. на счет. А банк «Тинькофф» сможет благодаря ссылке идентифицировать пользователя, привлекшего нового клиента и поощрить его в соответствии с условиями партнерской программы.

Вы - рекламный агент. Ваша задача - продать полосу в журнале «Я покупаю». Расскажите, кто является вашей целевой аудиторией (кому вы будете предлагать полосу), как вы будете осуществлять поиск клиентов.

Ответ: 5 баллов – правильно определен потенциальный клиент, указан необходимость составления коммерческого предложения, описан процесс поиска клиента

2 балла – задание частично выполнено

0 баллов – ответ нет

ЗАДАНИЕ 7. Вы - рекламный агент. Ваша задача - продать эфирное время на канале ТНТ- Губерния. Расскажите, кто является вашей целевой аудиторией (кому вы будете предлагать время), как вы будете осуществлять поиск клиентов

Ответ: 5 баллов – правильно определен потенциальный клиент, указан необходимость составления коммерческого предложения, описан процесс поиска клиента

2 балла – задание частично выполнено

0 баллов – ответ нет

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Вы - рекламный агент. Ваша задача - продать эфирное время в рекламном блоке «Европа плюс». Расскажите, кто является вашей целевой аудиторией (кому вы будете предлагать время), как вы будете осуществлять поиск клиентов.

Ответ: 5 баллов – правильно определен потенциальный клиент, указан необходимость составления коммерческого предложения, описан процесс поиска клиента

2 балла – задание частично выполнено

0 баллов – ответ нет

ЗАДАНИЕ 9. Вы - рекламный агент. Ваша задача - найти клиентов для организации рекламных мероприятий. Расскажите, кто является вашей целевой

аудиторией (кому вы будете предлагать стенд), как вы будете осуществлять поиск клиентов.

Ответ: 5 баллов – правильно определен потенциальный клиент, указан необходимость составления коммерческого предложения, описан процесс поиска клиента

2 балла – задание частично выполнено

0 баллов – ответ нет

ЗАДАНИЕ 10. Вы - рекламный агент. Ваша задача - продать место на выставке, посвященной здравоохранению. Расскажите, кто является вашей целевой аудиторией (кому вы будете предлагать стенд), как вы будете осуществлять поиск клиентов.

Ответ: 5 баллов – правильно определен потенциальный клиент, указан необходимость составления коммерческого предложения, описан процесс поиска клиента

2 балла – задание частично выполнено

0 баллов – ответа нет

ПК 5.2 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком. Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

В результате освоения ПК 5.2. обучающийся должен:

иметь практический опыт :

-использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа;

уметь:

- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;

знать:

- требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом;

- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

<p>ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</p> <p>. Выберите правильный вариант ответа: Какой вид продаж в рекламном бизнесе раздражает потенциальных клиентов (b2b) больше всего?</p> <p>A. раздача визиток на выставке B. контекстная реклама C. таргетированная реклама D. холодные звонки</p> <p>ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа: Что такое запрос как понятие, применимое в продажах услуг рекламного агентства?</p> <p>E. потенциальный клиент вбивает желаемую услугу в поисковую строку браузера F. потенциальный клиент обзванивает знакомых и спрашивает рекомендаций по рекламному агентству G. потенциальный клиент присылает нам на электронную почту письмо с указанием желаемой услуги, сроков исполнения и другие вводные данные H. потенциальный клиент спрашивает рекомендаций по рекламному агентству в телеграм чатах</p>
<p>МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)</p> <p>1. Выберите правильный вариант ответа: Какой пункт обязательно будет в договоре на осуществление рекламной деятельности?</p> <p>I. штраф за некачественную реализацию проекта J. количество выходов рекламных роликов у блогеров K. дата окончания договора L. обязанности сторон</p> <p>2. Выберите правильный вариант ответа: Каким этапом должны начинаться первичные переговоры с клиентом?</p> <p>A. заключение договора B. выставление счета C. отправка сметы D. брифинг</p>
<p>МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)</p> <p>1. Выберите правильный вариант ответа: Какие пункты должны обязательно присутствовать в резюме?</p>

М. **контакты, фотография, ссылка на портфолио и соцсети**

N. контакты прежних работодателей, ссылка на портфолио, фотография

O. опыт работы, наличие хобби, требования к будущему работодателю

P. семейное положение, адрес проживания, ссылка на соцсети

2. Выберите правильный вариант ответа:

Основная задача портфолио:

Q. **показать клиенту уровень ваших работ, продемонстрировать примеры реализованных проектов**

R. устроиться на работу, портфолио - неотъемлемая часть резюме

S. отслеживать собственный прогресс в качестве реализованных проектов

T. сравнить себя с коллегами по цеху

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Нужно ли рекламному агенту вести свой блог в социальных сетях?

A. Да, нужно, так как потенциальные клиенты ищут подрядчика, как раз просматривая профили потенциальных исполнителей ВКонтакте.

B. Нет, не нужно, так как потенциальные клиенты выбирают потенциального подрядчика другими способами

C. Да, нужно, социальные сети - еще один из инструментов нативных продаж и инструмент формирования личного бренда, который может сработать и как дополнительный аргумент в пользу более открытого подрядчика.

D. Нет, не нужно, это лишняя трата времени, лучше потратить ресурсы на настройку контекстной рекламы

ЗАДАНИЕ 8. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое позиция в смете?

U. услуга

V. цена услуги

W. количество рабочих часов

X. ставка за услугу

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Какие типы звонков продуктивнее для продавца рекламной услуги ?

Y. холодные

Z. теплые

AA. горячие

BB. никакие

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

Какие типы звонков совершает производитель, когда рекламная услуга нужна услуга, но еще не определился с исполнителем?

A. холодные

B. теплые

C. горячие

D. массовые

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа: Какой тип звонка совершает производитель, когда хочет работать с конкретным поставщиком рекламной услуги?

A. холодный

B. теплый

C. горячий

D. прохладный

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:

Какой тип звонка считается неэтичным?

A. холодный

B. теплый

C. горячий

D. вообще лучше писать смс

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

соглашение, в соответствии с которым одна сторона (*подрядчик*) обязуется выполнить по заданию другой стороны (*заказчика*) определённую работу и сдать её результат заказчику, а последний обязуется принять результат работы и оплатить его

Ответ: договор подряда

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

1. Сторона в договоре подряда; специализированное предприятие, которое обязуется под свою ответственность выполнить по заданию заказчика определённую работу с использованием собственных материалов или материалов заказчика за определённую плату.

Ответ: подрядчик

2. вид подряда, по которому подрядчик привлекает к исполнению своих обязательств другое лицо и несет перед заказчиком ответственность за неисполнение (ненадлежащее исполнение) в том числе и его обязательства.

Ответ: субподряд

3. Англоязычный термин, обозначающий конкурентную форму отбора предложений на оплачиваемую поставку товаров, оказание услуг или выполнение работ по заранее объявленным в документации условиям, в оговоренные сроки на принципах состязательности, справедливости и эффективности.

Ответ: тендер

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

. Назовите экономическое понятие, имеющее следующие виды:

отрицательный, нулевой, скрытый, падающий, колеблющийся, полноценный, чрезмерный и др.

Ответ: спрос

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

Изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо – это:

Ответ: рекламодаделец

ЗАДАНИЕ 7. Приз облагается налогом, если его стоимость превышает.... рублей (впишите сумму цифрой)

Ответ: 4000

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Как называют рекламное агентство, которое клиент выбирает по принципу одного окна? Укажите статус данного рекламного агентства, пожалуйста.

Ответ: Генеральный подрядчик/ Коммуникационное агентство полного цикла

ЗАДАНИЕ 9. Что такое отстройка от конкурентов, применимая к рекламному агентству?

Ответ: . Отстройка по цене/услугам/географии работы/команде экспертов/медийности и тд

ЗАДАНИЕ 10. Где клиенту можно посмотреть ценовую политику рекламного агентства?

Ответ: Rate Card (рейткард, рейт-кард)

ЗАДАНИЕ 11. Какие три финансовых документа должны быть обязательны в рамках одной рекламной кампании в системе взаимоотношений "клиент-исполнитель"

Ответ: Договор, счет, акт выполненных работ

ЗАДАНИЕ 12. Физическое лицо, зарегистрированное в установленном законодательством порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. (В соответствии с Налоговым кодексом РФ)

Ответ: индивидуальный предприниматель

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

. Расскажите, из чего складывается стоимость рекламного видеоролика.

Ответ: 5 баллов - учтены все этапы производства рекламного продукта
2 балла- упущены некоторые этапы производства рекламного продукта

0 баллов - упущено более половины этапов производства рекламного продукта

ЗАДАНИЕ 2. Расскажите, из чего складывается стоимость рекламного аудиоролика.

Ответ: 5 баллов - учтены все этапы производства рекламного продукта

2 балла- упущены некоторые этапы производства рекламного продукта

0 баллов - упущено более половины этапов производства рекламного продукта

ЗАДАНИЕ 3. Расскажите, из чего складывается стоимость рекламного модуля в журнале.

Ответ: 5 баллов - учтены все этапы производства рекламного продукта

2 балла- упущены некоторые этапы производства рекламного продукта

0 баллов - упущено более половины этапов производства рекламного продукта

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

1. Расскажите, что такое авторский договор заказа и когда он требуется

Ответ: Вид договора, который заключается на творческую работу

ГК РФ Статья 1288. Договор авторского заказа

1. По договору авторского заказа одна сторона (автор) обязуется по заказу другой стороны (заказчика) создать обусловленное договором произведение науки, литературы или искусства на материальном носителе или в иной форме.

Материальный носитель произведения передается заказчику в собственность, если соглашением сторон не предусмотрена его передача заказчику во временное пользование.

Договор авторского заказа является возмездным, если соглашением сторон не предусмотрено иное.

2. Расскажите, какие пункты обязательно должен содержать договор на оказание рекламных услуг

Ответ: •Предмет договора – перечень услуг, включая перечень всех этапов работ.

• Перечень предметов рекламы и их характеристика.

•Срок договора.

• Сумма договора.

•Условия платежа.

Порядок и сроки предоставления исходных данных.

•Порядок и сроки предоставления отчетов о рекламных мероприятиях.

•Условия ответственности сторон за нарушение сроков выполнения условий договора.

•Форс-мажор.

•Прочие условия, которые рекламодатель и рекламист считают нужным предусмотреть.

•Почтовые и банковские реквизиты.

•Специальный пункт об изменении или расторжении договора.

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

Зачем руководитель отдела продаж для своих сотрудников (агентов рекламных) делает скрипт?

<p>Ответ: Чтобы ускорить обучение новеньких специалистов, чтобы дать им маршрут работы, который бы помог совершить звонок/встречу с клиентом на должном уровне.</p>
<p>УП.05.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)</p>
<p>Расскажите, для чего договору присваивается порядковый номер. Ответ: Договор имеет порядковый номер, который фигурирует в банковских документах и переписках. По номеру договора можно найти и уточнить любую, связанную с заказом, информацию</p> <p>ЗАДАНИЕ 7. Заказчика не устроило качество выполнения заказа, он отказался подписывать акт выполненных работ. Каковы дальнейшие действия? Ответ: В случае аргументированного несогласия заказчика по факту выполненных работ составляется ведомость с перечислением необходимых доработок и сроком их исполнения. После завершения работ документы хранятся у рекламодателя и у рекламного агента в течение одного года после выхода последней рекламной продукции.</p> <p>ЗАДАНИЕ 8. Руководитель агентства наотрез отказывается участвовать в тендерах. Какие аргументы вы бы привели в пользу участия? Ответ: Поиск новых заказов, просмотр конкурентов, новые знакомства</p>
<p>ПП.05.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)</p>
<p>. Что дает участие в тендерах заказчику (производителю товаров и услуг)?</p> <p>Ответ: Заключение договора с новым рекламным агентством (поставщиком услуги), который может реализовать проект профессионально и по доступной цене.</p> <p>. Почему холодные звонки сейчас не работают в продажах рекламных услуг? Ответ: Они не нравятся и отталкивают маркетологов, прежде всего+ портится отношение к рекламному агентству.</p> <p>ЗАДАНИЕ 12. Напишите, пожалуйста, зачем/для каких целей в рекламных агентствах используются CRM-системы Ответ: Для того, чтобы понять текущие задачи по клиентам, откуда клиенты пришли, какие клиенты не делали заказы долгое время.</p>

ПК 5.3 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

В результате освоения ПК 5.2. обучающийся должен:

иметь практический опыт :

- организации связи со СМИ.

уметь:

- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;

- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;

знать:

- виды рекламной деятельности;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия на человека.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

. Выберите правильный вариант ответа:

Если мы звоним по контакту, собранному на выставке, это звонок...

- A. холодный
- B. теплый**
- C. горячий
- D. подготовленный

ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа:

От чего в первую очередь зависит выбор рекламного канала для потребителя?

E. от характеристик ЦА

- F. от пожелания заказчика
- G. бюджета рекламной кампании
- H. от ожидаемой прибыли РА

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

1. Выберите правильный вариант ответа:

Какой элемент не включает классическая воронка продаж?

- I. работа с возражениями
- J. выявление потребителей
- K. выполнение тестового задания**
- L. подготовка коммерческого предложения

2. Выберите правильный вариант ответа:

Кто такой ЛПР?

- M. аккаунт-директор рекламного агентства
- N. заказчик рекламной услуги, например, маркетолог компании-производителя**
- O. руководитель Гильдии маркетологов
- P. контактное лицо в агентстве

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Что такое федеральное рекламное агентство?

A. работающее по всей РФ по системе собственных офисов или через партнерские агентства

B. агентство, которое находится в Москве

C. агентство, которое выезжает по всей России для проведения проекта

D. агентство, работающее только с федеральными брендами

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Частное лицо или группа лиц, занимающаяся целенаправленной рекламой товара, услуги физического лица или конкретной фирмы (товарного знака) с целью продвижения их на рынок.

Задачи, которые они выполняют: раздача листовок, рекламных материалов, проведение дегустации продукции, выдача подарков за покупку, консультирование о конкретном продукте.

Q. промоутеры

R. мерчендайзеры

S. супервайзеры

T. рекламные агенты

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

мероприятие, направленное на привлечение внимания потенциальных или существующих клиентов к новому продукту.

U. рекламная акция

V. УТП

W. розыгрыш

X. реклама

Выберите правильный вариант ответа:

Совместное управление созданием услуг и товаров, а также механизмами их реализации на рынке, представляющие собой единый комплексный процесс с общими целями и задачами, называется:

Y. Кросс-маркетинг

Z. Product placement

AA. Промоакция

BB. маркетинговое объединение

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Укажите вариант событийного маркетинга (Event-маркетинга):

CC. раздача листовок;

B. рассылка промопродукции;

C. проведение презентаций;

D. проведение лотерей

ЗАДАНИЕ 10. Выберите правильный вариант ответа:

При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

A. *реклама в прессе*

DD. *печатная реклама*

EE. *реклама на транспорте*

FF. **реклама на месте продаж**

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:
Выберите только мероприятие стимулирующего характера

GG. презентация

НН. дегустация

II. флэшмоб

JJ. выставка

ЗАДАНИЕ 12. Выберите правильный вариант ответа:
Укажите тип рекламного агентства, которое занимается проведением дегустаций:

KK. ATL

LL. **BTL;**

MM. медиа-агентство;

NN. креативное агентство

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Это профессия, основной задачей которой является контроль за персоналом в разных сферах бизнеса

Ответ: супервайзер

ЗАДАНИЕ 3. Распространение из рук-в руки лифлетов (листовок) с рекламным обращением в местах скопления целевой аудитории

Ответ: лифлетинг

ЗАДАНИЕ 4. Масштабный муляж, детально повторяющий макет и форму реально существующего товара.

Ответ: джумби

ЗАДАНИЕ 5. Останавливающий взгляд коммуникативный рекламный и PR-элемент для привлечения внимания.

Ответ: ай-стоппер

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

1. Как называется предложение, которое рекламный агент направляет потенциальному клиенту по почте?

Ответ: продающее письмо/коммерческое предложение

2. Планирование и разработка бюджетов, деятельность в рамках этапа планирования бюджетного процесса, процедура составления и принятия бюджетов, одна из составляющих системы финансового управления, предназначенная для оптимального распределения ресурсов хозяйствующего субъекта во времени.

Ответ: бюджетирование

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

.1. Человек, представляющий производственную или торговую компанию в торговых сетях (чаще всего супер - и гипермаркетах). Отвечает за выкладку товара, установку сопутствующего необходимого оборудования (холодильники, дополнительные витрины, поддоны промоакций), размещает POS-материалы.

Ответ: мерчендайзер

2. Как сейчас называется агент рекламный?

Ответ: аккаунт-менеджер

УП.05.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

. Влияние на целевую аудиторию, продвижение товаров и услуг за счет и силами самой целевой аудитории, добровольно (осознанно, или не осознанно) участвующей в распространении информации о маркетинговом предложении.

Ответ: вирусный маркетинг

ЗАДАНИЕ 7. Самая эффективная для выкладки товара полка в местах продаж, оптимально расположенная на уровне глаз и рук покупателя на высоте от 1,2м до 1,7м).

ПП.05.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Что такое строка в смете?

Ответ: Наименование услуги+количество единиц услуги+ставка=стоимость услуги

. Система, которая при помощи автоматизации процессов помогает эффективнее выстраивать диалог с покупателем, не допускать ошибок в работе и в итоге продавать ему больше.

Ответ: CRM

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Зачем мы просим клиента подписать акт выполненных работ?

Ответ: Чтобы клиент заверил подписью и печатью, что работа была выполнена в срок и с надлежащим качеством.

ЗАДАНИЕ 2. Для чего используется такая CRM система как Carrot Quest?

Ответ: Система для маркетологов позволяет выстроить общения с клиентами по принципу одного окна.

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

1. Какие 2 типа клиентов мы можем выделить для рекламных агентств?

Ответ: Прямой клиент (маркетолог компании производителя)+ другое рекламное агентство, которое может делегировать нам проект на субподряд.

2. Какие виды документов в процессе организации рекламной кампании вы знаете?

Ответ: перечислены презентационные документы, документы, которые оформляются при проведении сделки, при завершении сделки

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

Вы проводите аудит сети кофеен. Расскажите, в чем будет заключаться подготовка тайных покупателей.

Ответ: 1. Постановка задачи

Для каждого конкретного случая задачи исследования разрабатываются индивидуально. Перечислим самые распространенные из них:

6. Эффективна ли работа сотрудников непосредственно взаимодействующих с клиентами компании?
7. Выполняются ли сотрудниками предписанные стандарты обслуживания?
8. Работают ли сотрудники честно?
9. Как сотрудники ведут себя в конфликтных ситуациях?
10. Заинтересованы ли сотрудники в совершении сделки, что для этого предпринимают?
11. Ориентируются ли сотрудники в особенностях товара/услуг?
Главное при подготовке подобного исследования определить приоритетные направления оценки: честность сотрудников, качество сервиса, сравнение работы с конкурентами или соответствие принципов общения с клиентами с общим имиджем компании.
12. телефонные звонки для оценки работы консультантов;
13. осуществление покупки товара или услуги для определения качества службы продаж;
14. получение товара со склада;
15. возврат товара;
16. создание провокационной ситуации с целью понять, как действуют сотрудники в нестандартных ситуациях;
17. отправка заявок на электронную почту или через форму заказа на сайте и т.д.
Каждый из методов хорош для решения конкретных задач. Важно задействовать все доступные методы проверки, которые подходят вашей компании.

2. Определение методов проверки

На данном этапе компании необходимо определиться с методами проверки. К числу наиболее популярных относятся:

3. Разработка анкеты тайного покупателя

Анкета тайного покупателя — основной инструмент сбора необходимой информации. От того, насколько правильно составлена анкета, а главное, насколько грамотно она заполнена, зависит все исследование.

Промоутер выходит на раздачу купонов, дающих скидку в салоны красоты. На что стоит обратить внимание перед его выходом на точку?

Ответ: 1. Опрятный внешний вид.

2. Проверить наличие расходного и промооборудования (при отсутствии POSM связаться с супервайзером или менеджером проекта и сообщить о проблеме).

3. Знания промотекста и информации о предоставляемых услугах.

4. Способность контактировать с каждым представителем целевой аудитории (в индивидуальных случаях не только с целевой аудиторией).

УП.05.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

Как вы считаете, как с учетом текущих экономических и политических событий, выгодно ли сейчас создавать с нуля рекламное агентство?

Ответ: 5 баллов - ответ логически обоснован, использованы профессиональные термины
2 балла - ответ дан на бытовательском уровне
0 баллов - ответ не по теме вопроса или отсутствует

ЗАДАНИЕ 6. Предложите 3 формы розыгрышей, в качестве стимулирующего мероприятия, направленного на увеличение продаж, лояльности или трафика посетителей.

Ответ: 1. Стимулирующая лотерея.

Приз не гарантирован. Выбор победителя основан на случайных факторах, которые определяются правилами акции. В такой механике обычно используются ценные призы: деньги, поездка, автомобиль, бытовая техника, смартфон и т.д. Такие акции обязательно должны регистрироваться.

2. Творческий конкурс

Приз не гарантирован для участников. Выбор победителя определяется на основании оценки выполнения творческого задания. Оценка может проводиться специальной комиссией, жюри или голосованием в интернете. Элемент случайности в выборе отсутствует.

3. Подарок за покупку

Приз гарантирован всем участникам. Но при этом можно установить разную ценность призов. Вид приза будет зависеть от условий акции. Но если разница в стоимости призов будет существенной, а их выбор имеет признаки случайности, то акция может быть классифицирована контролирующими органами как стимулирующая лотерея.

4. розыгрыш призов в социальных сетях за репост

ПП.05.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

. Золотой треугольник - маркетинговое правило, позволяющее повысить продажи в магазинах самообслуживания, один из ключевых принципов мерчендайзинга (выкладки товаров и оформлении торговых точек). Опишите на примере выкладки конфет выкладку в соответствии с этим принципом.

Ответ: Согласно правилу золотого треугольника справа (по направлению к выходу) размещают товары, нуждающиеся в стимулировании продаж. Слева от выхода размещаются товары, пользующиеся повышенной популярностью. Все прочие товары, которые не требуют никаких манипуляций со спросом, образуют центр золотого треугольника. Следование правилу золотого треугольника позволяет не только увеличить продажи в целом, но и управлять продажами отдельно взятых товаров.

Правило «золотого треугольника» гласит, что пространство между тремя пунктами внимания зашедшего в торговый зал человека должно быть как можно большим. Такая установка связана с тем, что человек, находясь в точке продажи, плохо воспринимает все расположенное ввне треугольника «вход-витрина-касса». Получается, что чем больше по охвату и площади «золотой треугольник», тем больше времени покупатель проводит в торговой точке и тем большее количество товаров привлечет его внимание.

ЗАДАНИЕ 8. Приведите пример эффективного использования Quiz-маркетинга

Ответ: Выделяют три основных вида квиза: опросный, развлекательный и лидогенерящий. Поговорим подробнее про каждый из них. ● Опросный квиз — своего рода анкетирование. Простой опрос, который необходим для маркетинговых исследований и изучения ЦА. Как правило, он не подразумевает продажи, однако ниже рассмотрим кейс, как можно использовать опрос в качестве продающего инструмента. ● Развлекательный — викторина самого простого типа: кто ты из звезд Голливуда, какой ты персонаж Marvel и тому подобные. Такие опросы применяются крупными бизнесами в целях вовлечения целевой аудитории в проект и размещения нативной рекламы. Пользователи

активно делятся опросником в соцсетях, за счет чего бизнес получает большой объем дешевого трафика. ● Лидогенерящий квиз — это опрос с целью захвата лидов. Он приносит теплые заявки, которые проще закрыть в продажу. Выделяют 4 вида таких квизов. 1. Классический квиз – интегрирован в сайт, интернет-магазин или лендинг. Реализован, как правило, в виде кнопки, либо в теле сайта в открытом виде. Рекомендуется к использованию на всех видах ресурсов. 2. Квиз-лендинг — это отдельная страница, на которой размещен только оффер и сам квиз. Он не ранжируется в поисковой выдаче, поэтому подходит только для рекламы. Рекомендуется для тестирования ниш, офферов, сбора подписной базы на начальных этапах воронки и дальнейшего прогрева, а также для маркетинговых исследований. 3. Мультиквиз — это квиз нового поколения, основан на технологии мультилендингов. Например, подменяя по utm-term (метка, отвечающая за поисковой запрос), можно предлагать уникальный контент под каждый запрос, используя одну и ту же страницу и попадать в цель, не используя большого количества разных сайтов.

- Рекламодатель - производитель тоника. Ваша задача предложить 3 эффективных средства рекламы внутри бара для продукта.
Ответ: 5 баллов - ответ включает различные методы рекламы: POS-материалы и т.д. Используются профессиональные термины.
2 баллов - предложены однообразные методы
0 баллов - ответа нет

ЗАДАНИЕ 11. Вы планируете провести дегустацию колбасных изделий в гипермаркете. Выберете наиболее удобное место и время для проведения мероприятия.

Ответ: Дегустации различных видов продовольственной продукции чаще всего проводятся в сети розничной торговли: крупных универмагах и универсамах, гастрономах, специализированных магазинах. Как правило, это регулярные еженедельные акции по три или два дня в неделю. Чаще всего их организуют в дни и часы наибольшей активности покупателей. Для большинства торговых точек, по данным многолетних наблюдений, это четверг и/или пятница с 16.00 до 20.00 и суббота с 13.00 до 17.00.

ПК 5.5 Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений **Период окончания формирования компетенции: 8 семестр**

В результате освоения ПК 5.5. обучающийся должен:

иметь практический опыт :

-использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа;

уметь:

- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;

знать:

- социально-психологические основы рекламы;

- факторы и методы воздействия на человека.

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

– Дисциплины (модули):

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

– Практики (блок 2):

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Перечень заданий для проверки сформированности компетенции:

1) тестовые задания:

<p>ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: <u>К вербальным элементам рекламного сообщения относятся:</u></p> <p>A. <u>эхо-фраза</u></p> <p>B. <u>цвет фона</u></p> <p>C. <u>пространственно-композиционное решение</u></p> <p>D. <u>интонация</u></p> <p>ЗАДАНИЕ 2. Выберите правильный вариант ответа: <u>В структуру заголовочного комплекса газетного рекламного сообщения не входит:</u></p> <p>E. <u>логотип компании</u></p> <p>F. <u>рубрика</u></p> <p>G. <u>основной заголовок</u></p> <p>H. <u>подзаголовок</u></p>
<p>МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: <u>Расшифруйте аббревиатуру УТП</u></p> <p>A. <u>уникальное торговое предложение</u></p> <p>B. <u>утилитарное торговое предложение</u></p> <p>C. <u>уникальное телевизионное предложение</u></p> <p>D. <u>уникальное торговое положение</u></p> <p>ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа: <u>Тип заголовка: «Он занимает третье место в списке самых богатых людей планеты. Но даже у него нет собственного самолета»</u></p> <p>I. <u>Заголовок-решение проблемы</u></p> <p>J. <u>Заголовок-отрицание</u></p> <p>K. <u>Заголовок-парадокс</u></p> <p>L. <u>Заголовок-свидетельское показание</u></p> <p>ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа: <u>Назовите тип данного заголовка: «Новые формулы помогают снять груз с Вашей кожи, делая ее более здоровой и молодой»:</u></p>

M. Заголовок-решение проблемы

N. Заголовок-отрицание

O. Заголовок-парадокс

P. Заголовок-свидетельское показание

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

«Мои подруги поменяли свой уход на Olay Total Effects. А Вы?» Яна Рудковская

A. Заголовок-решение проблемы

B. Заголовок-отрицание

C. Заголовок-парадокс

D. Заголовок-свидетельское показание

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

Определите тип заголовка: «Не все краски-муссы одинаковы!»

Q. Заголовок-решение проблемы

R. Заголовок-отрицание

S. Заголовок-парадокс

T. Заголовок-свидетельское показание

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

Синоним к слову **приоритетный**

U. обманчивый

V. редкий

W. узкоспециальный

X. первостепенный

ЗАДАНИЕ 11. Выберите правильный вариант ответа:

Синоним к слову **эпатажный**

Y. юный

Z. провокационный

AA. нерешительный

BB. низкосортный

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

В каком предложении есть ошибка:

1)В ходе исследования будет показано, что наше общество уже в течении долгого времени вступает в новый переходный период, теперь уже от азиатского социализма к капитализму. 2)Сейчас трудно сказать, сколько времени продлится этот период и к какому состоянию приведет он наше общество (это будет зависеть от многих внутренних и внешних факторов), но одно ясно, что он не будет легким и быстротечным, займет целую историческую полосу. 3)Конечный успех переходного периода во многом будет зависеть от деятельности государства.

CC. 1

DD. 2

EE. 3

FF. ошибок нет

ЗАДАНИЕ 9. Выберите правильный вариант ответа:

1) Так же очень важным является то, что рекламу невозможно будет возродить к жизни, если каждый человек, участвующий в процессе рекламирования, не поймет, что наряду с самой рекламой изменились также его роли и обязанности. 2) Обычно компании перекадывают ответственность за то, что они называют маркетингом, на плечи рекламных агентств. 3) Они позволяют агентству разрабатывать стратегию рекламы и осуществлять ее. 4) Когда дело касается новой компании или новой марки, такой подход прекрасно себя оправдывает.

GG. 1

HH. 2

II. 3

JJ. 4

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Выберите правильный вариант ответа:

В каком из тегов использование ключевого запроса наиболее важно для успешного продвижения?

KK. <H6>

LL. Keywords

MM. Title

NN. разницы нет

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

SEO-параметр текста, который определяет процент содержания малозначащих слов.

Ответ: водность

ЗАДАНИЕ 2. Возможно ли понижение выдачи SEO-текста из-за орфографических ошибок?

Ответ: да

ЗАДАНИЕ 3. Нужно ли использовать ключевой запрос в первых предложениях SEO-текста?

Ответ: да

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

Могут ли поисковые системы понизить SEO-текст в выдаче или наложить санкции за слишком частое использование SEO-вхождений?

Ответ: да

ЗАДАНИЕ 5. монтаж полос оригинал-макета из составных элементов: набранного текста, заголовков, таблиц, иллюстраций, украшений и пр

Ответ: верстка

- элемент HTML, используемый для указания заголовка веб-страницы.

Ответ: title

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

Составитель текстов речей, выступлений для высокопоставленных лиц государства, политиков, общественных деятелей или предпринимателей.

Ответ: спичрайтер

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

Гисьменный отказ от ответственности за возможные деликтные последствия того или иного поступка в результате действий заявившего данный отказ либо третьих лиц. Часто используется в рекламе.

Ответ: Дисклеймер

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

рекламное сообщение, построенное как загадка, которое содержит часть информации о продукте, но при этом сам товар полностью не демонстрируется

Ответ: тизер

ЗАДАНИЕ 10. предварительное оповещение о каком-либо событии (концерте, спектакле, показе кинофильма, выпуске книги или компьютерной программы и так далее)

Ответ: анонс

ЗАДАНИЕ 11. это документ (а иногда просто письмо) с информацией о компании, её товарах и услугах, и предложением сотрудничества.

Ответ: коммерческое предложение

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Объясните, что такое нативная реклама

Ответ: Нативная реклама (естественная реклама) — это полезная и интересная информация, направленная на конкретную аудиторию. Она не продвигает продукт напрямую, не нарушает пользовательский опыт и доставляется так, чтобы не мешать поведению пользователя в конкретном канале.

ЗАДАНИЕ 2. Напишите короткий рекламный текст (2 абзаца) для автокинотеатра с максимальным использованием тропов для создания у читателя положительного ассоциативного ряда.

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный (7 семестр)

Напишите короткий рекламный текст (2 абзаца) для компании, производящей плавучие дома, с максимальным использованием тропов для создания у читателя положительного ассоциативного ряда.

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

ЗАДАНИЕ 5. Составить рекламный пост для товара:

Большой медведь-подушка с колонками- подушка из плюша, выполненная форме игрушки, внутри которой установлены динамики, оснащенные стандартным 3,5 джеком для подключения к телефону, плееру или компьютеру. Громкость динамиков также регулируется на подключенном устройстве. Колонки работают без батареек и внешних источников питания, легко извлекаются для стирки изделия. Материал наполнения подушки- высококачественный полиэстер. Размер игрушки - 60*50 см. В комплект входит также аудио-провод длиной 120 мм. Медведь выпускается в трех цветах: белый, бежевый, розовый.

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг (7 семестр)

Какие виды рекламных текстов может создавать копирайтер?

Ответ: §информационные статьи в блог;
§тексты для страниц сайтов — от главной до какого-нибудь раздела каталога;
§SEO-тексты для продвижения в поисковиках;
§тексты для лендингов — одностраничных сайтов;
§посты для групп в социальных сетях;
§цепочки писем для email-рассылок;
§сценарии для роликов и многое другое.

УП.01.01 Учебная практика. Практические основы выполнения работ по профессии Агент рекламный (8 семестр)

Напишите рекламный пост 500 зн. для портала «МОЁ-онлайн» ко Дню открытых дверей СПО «Реклама»

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

ЗАДАНИЕ 7. Составить рекламный пост для товара:

Вибро колонка-брелок Candy Music — представляет собой миниатюрное устройство в форме шара, способное передавать помимо звуков, вибрации предметам которых оно касается. Для работы виброколонки не требуются батарейки, устройство заряжается с помощью шнура-усилителя через usb от компьютера. Время работы при полном заряде — 8-10 часов. Размеры гаджета — 3.5*3.5*3.7 см. Колонка поставляется в 7 цветовых решениях:красный, синий, оранжевый, зеленый, белый, фиолетовый, черный. Выходная мощность колонки составляет 2w, Частотная характеристика варьируется от 0 Гц до 20 кГц.

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

ЗАДАНИЕ 8. Напишите рекламный пост 500 зн.для подготовительных курсов ВГУ

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

ПП.01.01 Производственная практика. Выполнение работ по профессии Агент рекламный. (4 семестр)

Составить рекламный пост для товара:

Складыватель футболок FlipIt-FlopIt представляет собой складную плоскую конструкцию для удобной упаковки одежды и белья. В собранном состоянии приспособление имеет размер 590x240 мм. В развернутом виде конструкция занимает площадь - 590x700 мм. Складыватель изготовлен из термостойкого пластика. Производитель предлагает восемь цветовых разновидностей: желтый, белый, синий, голубой, красный, оранжевый, розовый, зеленый. К складывателю также прилагается краткая иллюстрированная инструкция, наглядно поясняющая, как научиться складывать вещи за 3 секунды.

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

ЗАДАНИЕ 10. Составить рекламный пост для товара:

Робот-швабра Moco CZ-562 предназначен для уборки гладких поверхностей. Робот представляет собой устройство сферической формы, которое движется, собирая мусор и пыль на ворс сменного чехла, который после уборке очищается щеткой. Moco CZ-562 также способен обходить препятствия во время работы. Гаджет работает от 3 трех пальчиковых батареек, которых примерно на три часа уборки. Для экономии заряда, устройство оснащено автоматическим таймером на 15 минут. Для более легкого поиска робот, оснащен тремя видами звуковых сигналов, которые можно отключить. Вес устройства — 270 г. В комплект входят чехол и щетка для его очистки.

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

ЗАДАНИЕ 12. Составить рекламный пост для товара:

«Антисон» - прибор, объединяющий в себе электронную и

механическую технологии для предупреждения засыпания человека. Устройство, похожее на беспроводную гарнитуру, крепится за ухом человека, и при наклоне головы вперед или в стороны издает звуковой и вибрационный пробуждающие сигналы. Прибор оборудован кнопкой включения/выключения. Время автономной работы устройства — не менее 100 часов. Питание осуществляется от аккумулятора 3,7В, 60 мАч. Размеры гаджета -75x35x18 мм. Цвет устройства — черный. Устройство продается в упаковке с краткой инструкцией по эксплуатации.

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.05 История рекламы

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ЕН.02 Экологические основы природопользования

ЕН.03 Информатика

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Сервисная деятельность

ОП.07 История и теория дизайна

ОП.08 Документационное обеспечение управления

ОП.09 Социология рекламной деятельности

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

МДК.01.03 Язык рекламы

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

УП.01.01 Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

МДК.02.05 Мультимедийные технологии

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

УП.02.01 Практические основы производства

рекламной продукции

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации

УП.03.01 Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта

ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг

УП.05.01 Введение в профессию Агент рекламный

ПП.05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный

1) тестовые задания:

ОГСЭ.01 Основы философии

Выберите правильный вариант ответа

Согласно точке зрения, именуемой «гносеологический оптимизм»...

А. мир непознаваем;

В.. мир познаваем;

С. не имеет значения, познаваем ли мир

Д. данная точка зрения не касается вопросов познания

ОГСЭ.02 История

1. Организация объединенных наций создана с целью:

а) регулирование экономических отношений в мире;

б) защиты экологии;

в) урегулирования религиозных конфликтов;

г) урегулирования международных конфликтов мирным путем.

2. Основная причина раскола Германии на ФРГ и ГДР:

а) внутригосударственные разногласия;

б) вмешательство СССР и стран Запада;

- в) разногласия по отношению к фашизму;
- г) партийный раскол.

3. Последняя репрессивная акция И. В. Сталина:

- а) кампания против космополитизма;
- б) «Ленинградское дело»;
- в) **«дело врачей»;**
- г) репрессии против военнопленных.

4. Главой партии и государства после смерти И.В. Сталина стал:

- а) Л.П. Берия;
- б) **Н.С. Хрущев;**
- в) Г.М. Маленков;
- г) Л.И. Брежнев.

5. «Холодная война» предполагает:

- а) замораживание валютных счетов противника;
- б) разрыв дипломатических связей между противниками;
- в) **идеологическое противостояние, гонка вооружений;**
- г) вооруженные столкновения между противниками;

ОГСЭ.03 Иностранный язык

. Match the sentences from a presentation with the correct category of the presentation plan.

(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Good morning, everyone! I'm Maria Ivanova, a second-year student of AMM faculty. Today I'm going to talk about....

- Introduction
- The main part
- Conclusion

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

Понятия «общество», «страна» и «государство» являются...

- A.** синонимами;
- B.** страна и общество – одно и то же, а государство – нечто особое;
- C.** государство и общество – одно и то же, а страна – нечто особое
- D.** **все три понятия означают разные явления и несводимы друг к другу**

ЕН.03 Информатика

Для запуска любой программы надо на рабочем столе Windows нажать на?

- A.** Ссылку на программу
- B. Ярлык программы**
- C.** Кнопку запуска программы
- D.** Рабочий стол

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

HTML является:

- A. средством просмотра Web-страниц
- B. транслятором языка программирования
- C. сервером Интернет
- D. средством создания Web-страниц**

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

Какой прием композиции использован на картине А.И. Корзухина "Воскресный день"?



- A. контраст
- B. динамика**
- C. симметрия
- D. ритм

ОП.02 Живопись и основы цветоведения

Что такое эскиз?

- d) нет правильного ответа
- c) макет изделия;
- b) предварительный поисковый набросок задуманного изделия;**
- a) готовое изображение задуманного изделия;

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Какое из перечисленных направлений в современном искусстве оказало существенное влияние на облик рекламы?
 - 1) абстракционизм
 - 2) фовизм
 - 3) поп-арт**
 - 4) лэнд-арт

ОП.04 Экономика организации
<p>Комплекс теоретических знаний и практических навыков, необходимых для выполнения определенной работы в одной из отраслей производства:</p> <ul style="list-style-type: none"> – профессия; – специальность; – квалификация; – талант.
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности
<p>Доведение до населения заранее установленных сигналов, а также информации и правил поведения относительно возникающих угроз:</p> <p>А) эвакуация Б) оповещение В) отселение</p>
ОП.06 Сервисная деятельность
<p><u>Какой вид сервисной деятельности направлен на удовлетворение духовных потребностей, требует предоставления определенных знаний или информации?</u></p> <p>A. ценностно-ориентационный; В. Образовательный С. Познавательный D. коммуникативный</p>
ОП.07 История и теория дизайна
<p>Что повлияло на активное развитие эргономики?</p> <p>A. Вторая мировая война В. сексуальная революция С. Развитие движения "Искусства и ремесла" D. промышленные выставки</p>
ОП.08 Документационное обеспечение управления
<p>Выберите правильный вариант ответа.</p> <p>В каких документах допускается словесно-цифровой символ обозначения даты документа?</p> <p>А. в личных делах; В. в письмах; С. в актах D. в финансовых документах</p>
ОП.09 Социология рекламной деятельности
<p>Что такое гендер?</p> <p>А. включение индивида в социальные отношения В. социальный пол С. общественное разделение труда по полу и возрасту D. психотип</p>

<p>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</p>
<p>Октаэдр – это А. многогранник, гранями которого являются восемь равносторонних треугольников В. многогранник, гранями которого являются двадцать равносторонних треугольников С. многогранник, четыре грани которого равносторонние треугольники D. многогранник, одна грань которого многоугольник, а остальные грани - треугольники с общей вершиной</p>
<p>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</p>
<p>Укажите, как соотносятся рекламная стратегия и рекламная идея: А. рекламная стратегия разрабатывается на базе рекламной идеи В. рекламная идея разрабатывается на базе рекламной стратегии С. рекламная стратегия и рекламная идея разрабатываются независимо друг от друга D. рекламная стратегия и рекламная идея – это синонимы, между ними нет различия</p>
<p>МДК.01.03 Язык рекламы</p>
<p>Подберите синоним слова сумбурный А. самостоятельный В. Беспорядочный С. Быстрый D. бурлящий</p>
<p>МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа: Главный недостаток компактных фотоаппаратов заключается в том, что они... А. как правило, создают размытые изображения; В. тяжелее других фотоаппаратов; С. не могут быть использованы для копирования файлов изображений на компьютер; D. в большинстве своем, не позволяют менять объективы.</p>
<p>МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии</p>
<p>1. Недоэкспонированный кадр получится: <input type="checkbox"/> слишком темным <input type="checkbox"/> слишком светлым <input type="checkbox"/> обычным (не слишком темным и не слишком светлым) <input type="checkbox"/> размытым</p>
<p>МДК.02.06 Обработка текстовой информации</p>
<p>Как найти в тексте документа Microsoft Word необходимое слово? А. Ctrl + F12</p>

В. Правка → найти

С. Сервис → найти

Д. Подходят все пункты

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

Выберите правильный вариант ответа

Студенты, изучающие дисциплину «Маркетинг в рекламе», должны знать:

А. средства и виды рекламы;

В. закономерности и тенденции развития рекламного дела в условиях рыночной экономики;

С. формы и методы рекламы на внутреннем и внешнем рынках;

Д. планирование любой деятельности;

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Закон РФ «О рекламе» предусматривает ответственность за распространение ненадлежащей информации в виде:

Е. штрафа

Г. частичного или полного приостановления рекламы нарушителя

Г. все вышеперечисленное

Н. нет верного ответа

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

К стратегиям рационалистического типа относится:

А. Стратегия УТП

В. Стратегия «резонанс»

С. Стратегия «имидж марки»

Д. Аффективная стратегия

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

Выберите правильный вариант ответа

Основоположник научной школы управления:

А. Ф. Тейлор

В. А. Файоль

С. Э. Мэйо

Д. А. Богданов

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный

Что необходимо сделать в первую очередь во время установки зрительного контакта с клиентом?

- A. Поздороваться
B. Улыбнуться
C. Предложить свою помощь.
D. Ничего, ждать реакции от него

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОГСЭ.01 Основы философии

Данное философское учение полагает, что в познавательном процессе главную роль играет чувственный опыт. Это учение называется...

Ответ: эмпиризм

ОГСЭ.02 История

1. Укажите термин, о котором идет речь:

Политика по разгосударствлению собственности в России, осуществлявшаяся в 1990-х гг. – _____.

Ответ: Приватизация

2. Укажите фамилию автора этого документа:

«В связи с действиями группы лиц, объявивших себя Государственным комитетом по чрезвычайному положению, постановляю:

1. Считать объявление комитета неконституционным и квалифицировать действия его организаторов как государственный переворот, являющийся не чем иным, как государственным преступлением.

2. Все решения, принимаемые от имени так называемого комитета по чрезвычайному положению, считать незаконными и не имеющими силу на территории РСФСР. На территории Российской Федерации действует законно избранная власть в лице Президента, Верховного Совета и Председателя Совета Министров, всех государственных и местных органов власти и управления РСФСР.

3. Действия должностных лиц, исполняющих решения указанного комитета, подпадают под действие Уголовного кодекса РСФСР и подлежат преследованию по закону».

Ответ: Ельцин

3. Какую реформу н. 2000-х гг. сравнивают по значению с одноименной реформой Александра II?

Ответ: Земельная реформа

4. Прочтите отрывок из Заявления Правительства и Центрального

Банка России и укажите год, когда это Заявление было принято: *«...Произошло ухудшение социально-экономической ситуации. Уже в первом полугодии ускорился рост неплатежей, стали сокращаться поступления от экспорта, обострился бюджетный кризис, дестабилизировались все сегменты финансового рынка. Спад производства, наметившийся в апреле –2 мае, во второй половине года приобрел угрожающий характер... Произошло совмещение девальвации рубля, скачка цен, паралича банковской системы, резкого падения доверия со стороны потенциальных кредиторов и инвесторов, значительного снижения поступления как импортных, так и производимых внутри страны товарных ресурсов... снижения уровня жизни населения».*

Ответ: 1998

5. Прочтите отрывок из «Хроники основных политических событий в СССР – России (1985–1998 гг.)» и укажите год, когда происходили описанные события:

«Войска и боевая техника заняли узловые точки на магистралях, ведущих к центру Москвы, и окружили район, прилегающий к Кремлю. Около 11.45 несколько десятков танков вплотную приблизились к Белому дому правительства РСФСР. Около 12 часов на Манежной площади собралось несколько тысяч человек и заблокировало движение пехоты... К нескольким тысячам граждан, собравшихся вокруг Белого дома, вышел президент..., зачитавший с танка обращение к россиянам..., в котором квалифицировал создание [комитета] как государственный переворот, а его членов как государственных преступников и отменил действие всех распоряжений самозванного комитета на территории РСФСР».

Ответ: 1993

ОГСЭ.05 История рекламы

исторически сложившийся в глубинах культуры набор коммуникативных приемов., термин, используемый для обозначения периода зарождения рекламных инструментов, их использования, но еще до оформления рекламы в социальный институт

Ответ: протореклама

Геометрический вид, положение в пространстве, величина, масса относятся к ...

Геометрический вид, положение в пространстве, величина, масса относятся к

<p>основным свойствам объемно-пространственных форм? Ответ: да</p>
<p align="center">ОП.03 История изобразительного искусства</p>
<p>Этот вид изобразительного искусства возник в XIX в. и был связан с использованием новых технологических средств, а сейчас он широко используется в области рекламы, особенно в печатной продукции. Ответ: фотография</p>
<p align="center">ОП.04 Экономика организации</p>
<p>Работник устраивается в организацию. Ему говорят, что размер его оплаты труда будет зависеть от объема выполненной им работы. Какая форма оплаты труда предлагается работнику? Ответ: сдельная.</p>
<p align="center">ОП.05 Безопасность жизнедеятельности</p>
<p>Совокупность взаимосвязанных по времени, ресурсам, и месту проведения мероприятий, направленных на предотвращение или предельное снижение потерь населения и угрозы его жизни и здоровью от поражающих факторов называется Ответ: защита населения в чрезвычайных ситуациях</p>
<p align="center">ОП.06 Сервисная деятельность</p>
<p><u>Как называется система эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей, этики поведения, принципы которой согласуются с национальными традициями страны, с мировыми стандартами и т. п.?</u> Ответ: этика сервиса</p>
<p align="center">ОП.07 История и теория дизайна</p>
<p>"Соединение всего того продвинутого, что могут делать современные высокотехнологичные станки и абсолютной ручной работы" – это Ответы: технокрафт</p>
<p align="center">ОП.09 Социология рекламной деятельности</p>
<p>В соответствии с моделью психографического сегментирования VALS, тип потребителей, стремящихся с помощью товаров подчеркнуть свой статус и значимость. Именно поэтому они склонны приобретать известные марки и тратить на это достаточно много денег. Важный фактор принятия решения о покупке товара — экономия времени. Ответ: Преуспевающие</p>
<p align="center">МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</p>
<p align="center"><i>Единство является элементом дизайна?</i> Ответ: нет</p>
<p align="center">МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</p>
<p>Реклама, направленная на снижение имиджа фирмы, товара, услуги – это... Ответ: антиреклама</p>

МДК.01.03 Язык рекламы	
В слогане магнитофоны ... "Обыкновенное чудо" используется прием: Ответ: оксюморон	
МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика	
<i>Всегда ли композиционный центр находится в центре листа или экрана?</i> Ответ: Нет	
МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии	
Термин, описывающий достоинства на фотографии	субъективные художественные части изображения, оказавшегося не в фокусе Ответ: Боке
УП.01.01 Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта	
<i>Могут ли сочетается несколько видов контраста в одном макете?</i> Ответ : да	
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	
<i>Использование растрового изображения является ошибкой при создании логотипа?</i> Ответ: да	
УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции	
<i>Что произойдёт, если нарушить ритмическое правило на странице?</i> Ответ: привлечёт внимание зрителя	
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе	
«Маркетинг в рекламе» как учебная дисциплина тесно связана с другими дисциплинами, в числе которых и основы..... Ответ: маркетинга	
ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	
Основной функцией менеджера по рекламе является организация рекламной деятельности предприятия и координация взаимоотношений рекламодателей и рекламных Ответ: посредников	

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы

ОГСЭ.01 Основы философии
. Ознакомьтесь с данным фрагментом из повести А. С. Пушкина: «Я

старался вообразить себе капитана Миронова, моего будущего начальника, и представлял его строгим, сердитым стариком, не знающим ничего, кроме своей службы, и готовым за всякую безделицу сажать меня под арест на хлеб и на воду. Между тем начало смеркаться. Мы ехали довольно скоро. «Далече ли до крепости?» – спросил я у своего ямщика. «Недалече, – отвечал он. – Вон уже видна». – Я глядел во все стороны, ожидая увидеть грозные бастионы, башни и вал; но ничего не видал, кроме деревушки, окруженной бревенчатым забором». Какое свойство сознания главного героя описывает автор. аргументируйте ответ

Ответ: креативность..

креативность сознания проявляется в избирательности, целенаправленности восприятия и памяти, в создании ранее не существовавших в сознании индивида или в общественном сознании идей, замыслов, образов, а также в актах воображения, фантазии.

ОГСЭ.02 История

1. После войны И. Сталин опять стал опасаться усиления военных. Больше всего он опасался популярности Г. Жукова. Однако, когда Л. Берия стал фабриковать обвинение о «военном заговоре» во главе с Г. Жуковым, И. Сталин не дал его в обиду. Почему?

Ответ: Репрессий, подобных 30-м гг., не произошло по нескольким причинам. Во-первых, И. В. Сталин не верил, что Г. К. Жуков готовит заговор против него. Во-вторых, авторитет И. В. Сталина был настолько велик, что и Г. К. Жуков не мог затмить его. В-третьих, И. В. Сталину, видимо, было достаточно через Л. П. Берию распускать слухи о «деле Жукова», чтобы поставить полководца «на свое место». Наконец, в-четвертых, чтобы не делить славу в Великой Отечественной войне, И. В. Сталин не дал Г. К. Жукову высшего командного поста — министра Вооруженных Сил, как он заслуживал, и отправил его командовать второстепенными округами — Уральским и Одесским.

ОП.03 История изобразительного искусства

Это произведение является одним из наиболее часто цитируемых в области рекламной продукции. При этом оно считается одним из самых узнаваемых в истории мирового искусства, а слова «улыбка *имя изображённого персонажа*» известны почти любому. Картина была написана великим итальянским художником и учёным в XVI в., и многие

полагают, что автор изобразил на полотне самого себя в женском облики.

О какой картине идёт речь?

Ответ: Мона Лиза, Джоконда.

ОП.04 Экономика организации

Определить часовую производительность труда рабочего, изготовившего за смену 32 детали. Продолжительность смены 8 часов.

Ответ в деталях в час.

Решение:

$32/8=4$ детали в час

Ответ: 4.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Мужчине было нанесено ранение средней трети левого предплечья. Кровь изливается небольшой струей темного цвета. О каком виде кровотечения идет речь? Какой способ не подойдет для данной ситуации? Поясните свой ответ.

ОП.06 Сервисная деятельность

Приведите примеры использования информационных технологий в совершенствовании сферы сервиса, внедрения новой услуги в сферу современного сервиса на примере конкретного предприятия г. Воронеж

Ответ: Привести примеры существующих предприятий, где применяются: автоматизация процесса, современные базы данных, алгоритмы и т.д.

ОП.07 История и теория дизайна

Задание 4. Когда, по вашему мнению начинается период существования настоящего дизайна? Аргументируйте свой ответ.

Ответ: Один из данных периодов:

1. История дизайна как проектно-художественная деятельность берет своё начало в середине XIX века и связана с развитием индустриального производства, создавшим потребности в новой профессии.

2. Дизайн как художественно-промышленная деятельность:

начало XX века, когда художники заняли ведущие посты в ряде отраслей современной промышленности и получили возможность формировать фирменный стиль предприятий и влиять на политику выпуска электротехнических приборов, автомобилей, радиоаппаратуры (деятельность Петера Беренса в компании AEG и американской автомобильной фирмы «Форд»).

3. Дизайн как появление дипломированной специальности относится к появлению первых школ и методик преподавания дизайна. (ВХУТЕМАС в СССР (1920), Баухауз в Германии (1919)).

4. Становление дизайна как профессии, в зависимости от его реального вхождения в жизнь — непосредственно в производство, торговлю. Хронологический отсчёт в этом случае начинается с ещё более позднего времени — с 1930-х годов, точнее со времени выхода США из великого экономического кризиса.

Задание 5. В чем разница между дизайном и прикладным искусством. Подобрать свои примеры.

Ответ:

Характеристика для сравнения	Дизайн	Декоративно прикладное искусство
С чем связан?	С промышленным производством и конвейерными технологиями	С традиционно ручным трудом и ремеслами
Морфологически-функциональное предназначение	Технико-эстетическая деятельность	Художественно-образное мышление автора
Суть, главное предназначение	Создание рациональной и экономической формы изделия, которая бы максимально отвечала утилитарной функции	Создание предмета искусства в отрыве от ставки на исключительно утилитарную функцию.

Задание 6. Что такое канон? Почему следование канону было необходимо при изготовлении различных вещей?

Ответ: Канон (греч. κανών — «правило, отвес, эталон, линейка») — неизменная (консервативная) традиционная, не подлежащая пересмотру совокупность законов, норм и правил в различных сферах деятельности и жизни человека.

Во времена, когда технологии менялись достаточно медленно, канон использовался как знак качества. Канон влияет на художественное

творчество извне, нормативно. Канон— внехудожественная, идеологическая нормативная система, ограничивающая содержание и форму произведений искусства «со стороны», в том числе с использованием жёстких организационных мер.

Задание 7. В чем выражается идеологическая функция дизайна? Приведите примеры

Ответ: Вырастает из возможности вещей воплощать различные идейно-теоретические установки. Когда для заказчика на первое место выходят социально-политические, идеологические, рыночные мотивы, дизайнер оказывается проводником их в жизнь.

Дом-Гармошка на улице Карла Маркса проектировался, как дом-коммуна, где была общая кухня, общая баня, общие площадки для досуга. Что-то вроде студенческого кампуса, только для постоянной жизни. Это соответствовало идеологии раннего СССР.

Граненый стакан, хотя и выпускался задолго до прихода советской власти (говорят, что еще при Петре похожий использовался на кораблях), но в том виде, в котором существует сейчас проектировался в СССР, было несколько вариаций. Он отвечал утилитарным требованиям – удобен для подстаканника на железной дороге, для столовой не бьется, не катится быстро по столу, дешев – для автомата с газировкой, легко моется. Но и с идеологической точки зрения – чистый, простой, примитивный декор, без мещанских вензелей – стакан для рабочего класса, которым он и стал.

Последний пример – это деятельность Отдела новых шрифтов в составе НИИ полиграфмаша, которые разработали начертания, гарнитур, которые используются до сих пор – самые известные – это логотипы газет **ИЗВЕСТИЯ** и **ПРАВДА**

Задание 8. Каковы были предпосылки возникновения эргономики как науки

- Ответ:**
1. недостаточная эффективность СЧМС, их высокая аварийность в связи с неудовлетворительным учётом в конструкции этих систем функциональных возможностей человека и психологических закономерностей;
 2. рост травматизма людей, взаимодействующих с техническими системами на производстве и в быту;
 3. большая текучесть кадров в связи с неудовлетворительностью людей тяжелой, опасной или недостаточно продуктивной работой;
 4. рост числа заболеваний, связанных с функциональным перенапряжением организма и психики из-за нерациональных условий труда, высоких рабочих нагрузок и т.д.

Задание 9. Что такое «человеческий фактор»?

Ответ: Под человеческими факторами в эргономике понимается совокупность анатомических, физиологических, психологических и психофизических особенностей человека, а также социально-психологических моментов, оказывающих влияние на эффективность его жизнедеятельности в контакте с машинами и средой.

Задание 10. Опишите основные характерные типы нервной системы

Ответ: 1. Слабый (меланхолик) — характеризуется слабостью процессов

возбуждения и торможения. Такой работник не отличается высокой работоспособностью, зато способен реагировать на более тонкие сигналы, склонен к тонкой, тщательной работе. 2. Сильный неуравновешенный тип (холерик). У него процессы возбуждения преобладают над процессами торможения. Такого человека вряд ли следует занимать монотонной или требующей длительной концентрации внимания работой. Однако он способен на быстрое переключение внимания, проявление инициативы. 3. Сильный уравновешенный подвижный тип (сангвиник). Сильная нервная система со сбалансированными и легко переключаемыми процессами. 4. Сильный уравновешенный инертный тип (флегматик). Спокойный, стрессоустойчивый, маловозбудимый тип незаменим для педантичной, скрупулезной, требующей усидчивости работы. В “чистом” виде характерные типы нервной системы, как правило, не встречаются. Реальные конкретные люди обладают смешанными чертами с преобладанием того или иного типа.

Задание 11. Каковы основные требования к дизайну и материалу визитки?

Ответ: только самая необходимая информация

-контрастность

- поля не менее 0,5 см

- читаемый шрифт

· Вы раздаёте визитки в качестве рекламного хода в людных местах – в таком случае визитку можно заламинировать с одной стороны. Так она сохранит презентабельный вид и не будет ломаться.

· Ваша визитка светлая – ламинировать её стоит с двух сторон, так она не испачкается.

· На визитке планируется ставить пометки – следует использовать матовую или полуматовую ламинацию.

· Визитка из дизайнерской бумаги – ламинировать не нужно, ламинация «съест» эффект фактуры, к тому же учитывая стоимость дизайнерских бумаг их на улице не раздают.

Задание 12. Как цвет в интерьере влияет на поведение человека?

Приведите примеры? Какую цветовую гамму вы выбрали бы для пиццерии? Обоснуйте свой ответ.

Ответ: Теплые тона вызывают аппетит.

Активные (тёплые) цвета действуют возбуждающе, ускоряют процессы жизнедеятельности, часто улучшают самочувствие. Это красные, оранжевые и жёлтые цвета. Пассивные (холодные) цвета - синие и фиолетовые, оказывают противоположное воздействие. Промежуточные (пограничные) между тёплыми и холодными цветами – это пурпурный и изумруд.

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Опишите корпоративного героя для Центрального парка (Динамо). Дайте обоснование.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. корпоративные герой связан с

<p>какой-то легендой или историей. ассоциируется с парком. 2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования. 0 баллов - герой тривиальный, обоснования нет</p>
<p>МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика</p>
<p>«образ - слово». Какова суть задания? Ответ: изобразить в графическом исполнении узнаваемость слова без его обозначения</p>
<p>МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии</p>
<p>Объясните суть режима вспышки Multi Ответ: особый режим, при котором вспышка производит заданное количество импульсов с заданной же периодичностью</p>
<p>МДК.02.05 Мультимедийные технологии</p>
<p>Редакция освещает деятельность гордумы по госконтракту. Пресс-секретарь гордумы хочет, чтобы издание подготовило текст о том, как депутаты помогают собирать детей из малоимущих семей в школу. В материале по контракту должно быть не менее 5 фотографий, 1 инфографика, текст объемом 6-8 тыс. знаков с пробелами. В какой самой популярной программе можно сверстать подобный материал, чтобы «повесить» лендинг на сайт СМИ? Ответ: его можно сверстать в «Тильде», так это один из самых часто используемых сервисов для создания лендингов.</p>

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.04 Физическая культура

ОГСЭ.05 История рекламы

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ЕН.02 Экологические основы природопользования

ЕН.03 Информатика

ОП.01 Рисунки с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Сервисная деятельность
 ОП.07 История и теория дизайна
 ОП.08 Документационное обеспечение управления
 ОП.09 Социология рекламной деятельности
 МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта
 МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта
 МДК.01.03 Язык рекламы
 МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика
 МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии
 УП.01.01 Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта
 ПП.01.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта
 МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
 МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
 МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
 МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео
 МДК.02.05 Мультимедийные технологии
 МДК.02.06 Обработка текстовой информации
 УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции
 ПП.02.01 Производство рекламной продукции
 МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
 МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
 МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы
 МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации
 УП.03.01 Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта
 ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
 МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
 МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения
 УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта
 ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
 МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный
 МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг
 ПП.05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный

1) Тестовые задания

ОГСЭ.01 Основы философии
Выберите правильный вариант ответа: Согласно учению Карла Маркса и Фридриха Энгельса, сознание возникает... А. в процессе воспитания В. в ходе взросления; С. благодаря подражанию Д. в процессе трудовой деятельности
ОГСЭ.02 История
1. Год запуска первого в мире искусственного спутника земли: а) 1949 г.; б) 1954 г.; в) 1957 г.; г) 1961 г.

2. Программа освоения целинных земель была принята в годы правления:

- а) Л. И. Брежнева;
- б) Н. С. Хрущева;
- в) И. В. Сталина;
- г) М. С. Горбачева.

3. Назовите причину перехода советского руководства к политике перестройки?

- а) кризисные явления во всех сферах жизни общества;**
- б) распад мировой социалистической системы;
- в) требования мировой общественности;
- г) массовые выступления населения против режима.

4. Укажите период в СССР, когда стало реальностью понятие «многопартийность»:

- а) 1945-1953 гг.;
- б) 1953-1964 гг.;
- в) 1964-1985 гг.;
- г) **1985-1990 гг.**

5. Приватизация – это:

- а) обесценивание денег;
- б) перевод собственности из государственной в частную;**
- в) принятие решения на основе общего согласия;
- г) перевод военных предприятий на выпуск мирной продукции.

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.
(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Let's now move on to my next point....

- Introduction
- The main part
- Conclusion

ОГСЭ.04 Физическая культура

ЗАДАНИЕ 1. Выберите правильный вариант ответа:

Физическая культура в вузе является... .

- средством активного отдыха
- **обязательной учебной дисциплиной**
- средством отвлечения от дурных привычек и безделья
- уделом избранных

ОГСЭ.05 История рекламы

ЗАДАНИЕ 1. Назовите автора плаката времён Великой Отечественной войны «Родина-мать зовёт!»



Ответы:
Ираклий Тоидзе

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

Какая формулировка более всего соответствует современному социологическому пониманию культуры общества?

- A. социально стандартизированное поведение
- B. духовная сфера, литература и искусство
- C. высокий уровень достижений
- D. организация человеческой жизнедеятельности, включающая понятия, ценности, нормы, отношения.**

ЕН.03 Информатика

Домен — это ...

- A. единица измерения информации
- B. часть адреса, определяющая адрес компьютера пользователя в сети**
- C. название устройства, осуществляющего связь между компьютерами
- D. название программы, для осуществления связи между компьютерами

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

Конус, цилиндр, шар, тор – это

- A. тела вращения**
- B. плоские фигуры
- C. Многогранники
- D. Платоновы тела

ОП.03 История изобразительного искусства

Какой художественный стиль, возникший во Франции XIX в., в своей эстетике воспекает пышность, богатство и величие империи?

- 1) кубизм
- 2) ампир**
- 3) миниализм
- 4) готика

ОП.04 Экономика организации

Разделение труда в пределах профессии – это.....:

- профессия;
- **специальность;**
- квалификация;
- талант.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Укажите основную цель обзорного осмотра пострадавшего:

- А) оценить общее состояние пострадавшего
Б) обнаружить явные признаки наружного кровотечения (прежде всего, артериального)
В) обнаружить ранения различных областей тела

ОП.06 Сервисная деятельность

К какому виду сервисной деятельности относится информационный сервис

- А. духовному
В. Познавательному
С. Коммуникативному
D. образовательному

ОП.07 История и теория дизайна

С какой наукой дизайн НЕ связан:

- А. экономика
В. История
С. Культурология
D. связан со всеми

ОП.08 Документационное обеспечение управления

В каких случаях приводится сокращённое наименование организации, выпускающей документ?

- А. если документ является внутренним
В. если полное название организации состоит более, чем из 5 слов;
С. если сокращенное наименование закреплено в учредительных документах организации;
D. если сокращенное наименование используется чаще, чем полное

ОП.09 Социология рекламной деятельности

Какое суждение соответствует определению социологии рекламной деятельности как отрасли знания?

- А. наука о природе и истории рекламы
В. наука о функционировании рекламы в современном обществе
С. теория рекламной деятельности
D. наука о социальных системах

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Выберите правильный вариант ответа

Гексаэдр (куб) – это

- А. правильный многогранник, гранями которого являются шесть квадратов**
В. многогранник, гранями которого являются двадцать равносторонних треугольников
С. многогранник, четыре грани которого равносторонние треугольники
D. многогранник, гранями которого являются восемь равносторонних

треугольников

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта



Этот товарный знак:

- (a) словесный
- (b) изобразительный
- (c) комбинированный**
- (d) объемный

МДК.01.03 Язык рекламы

Подберите синоним к слову **антагонистический**

- A. враждебный**
- B. Скрупулезный
- C. Похожий
- D. ошибочный

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

Конус – это

A. геометрическое тело, образованное вращением прямоугольного треугольника около одного из его катетов

B. геометрическое тело, образуемое вращением круга вокруг не пересекающей его и лежащей в одной с ним плоскости прямой

C. геометрическое тело, образованное вращением прямоугольника вокруг одной из его сторон

D. геометрическое тело, получающееся при вращении круга вокруг своего диаметра

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

1. Диафрагма в фотографии – это:

A. кнопка на камере, позволяющая регулировать световой поток, проходящий через объектив

B. устройство, используемое для перекрытия светового потока, проецируемого объективом на фотоматрицу

C. устройство объектива фотокамеры, позволяющее регулировать относительное отверстие, то есть изменять светосилу объектива

D. прибор, устанавливаемый в фотокамере и служащий для открытия или закрытия проходного отверстия при помощи клапана

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

Какой способ склеивания используют для выставочных макетов

- A. стык в стык**
- B. Внахлест

С. соединение с —клапанами
D. соединение с —язычками
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео
Найдите строку, в которой вместо достоинства назван недостаток телерекламы А. явление рассматривается в движении, В. воздействует на несколько каналов восприятия, С. обладает самой высокой стоимостью D. способна создать иллюзию актуальности товара
УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции
Найдите правильную схему композиции рекламного ролика А. экспозиция - завязка - слом – вывод В. завязка – вывод С. экспозиция – завязка – кульминация – развязка D. экспозиция - слом
ПП.02.01 Производство рекламной продукции
Какие две формы записи сценария существуют на телевизионных студиях? Найдите правильный вариант. А. литературный сценарий и сценарий «в два ряда» В. литературный и нелитературный С. художественный и публицистический D. рекламный и документальный
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
Выберите правильный вариант ответа К рекламной деятельности относятся методы воздействия на потребителей: А. интеллектуальные; В административные; С. психологические, D. эмоциональные.
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
Запрещена к распространению в соответствии с ФЗ «О рекламе» ... А. реклама не соответствующая требованиям ФЗ В. неэтичная реклама С. реклама, вводящая в заблуждение потребителей D. все вышеперечисленное
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
Выберите правильный вариант ответа Метод сбора первичной информации это: А. эксперимент В. работа с научной литературой С. работа со статистическими данными D. работа с документацией предприятия

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный

В каких документах допускается словесно-цифровой символ обозначения даты документа?

А. в личных делах;

В. в письмах;

С. в актах

Д. в финансовых документах

2) открытые задания (тестовые, повышенной уровень сложности)

ОГСЭ.01 Основы философии

философское учение о сущности и формах прекрасного в художественном творчестве, в природе и в жизни, об искусстве как особой форме общественного сознания.

Ответ: эстетика

ОГСЭ.02 История

1. Прочтите отрывок из статьи А.И. Солженицына «Русский вопрос к концу XX века» и укажите, какое историческое событие привело к описываемой ситуации.

«...Россия-то попала в разорванное состояние: 25 миллионов оказались «за границей», никуда не переезжая, оставаясь на отеческих и дедовских местах, 25 миллионов – самая крупная диаспора в мире; ни у кого такой нет, и мы – как мы смеем от нее отвернуться? Тем более, что местные националисты... идут на притеснение и угнетение наших отколотых соотечественников».

Ответ: Распад СССР

2. Прочтите отрывок из документов XXVIII съезда КПСС (июль 1990 г.) и укажите фамилию автора данного заявления.

«В связи с избранием меня Председателем Верховного Совета РСФСР и огромной ответственностью перед народом России, с учетом перехода общества к многопартийности, я не смогу выполнять только решения КПСС. ...Поэтому я, в соответствии со своими обязательствами, данными в предвыборный период, заявляю о своем выходе из КПСС, чтобы иметь большую возможность эффективно влиять на деятельность Советов».

Ответ: Ельцин

3. Прочтите отрывок из Закона «О дальнейшем совершенствовании организации управления промышленностью и строительством» и укажите, под чьим руководством проводились реформы, о которых говорится в Законе.

«Установить, что управление промышленностью и строительством должно осуществляться по территориальному принципу на основе экономических административных районов.

Для управления промышленностью и строительством в каждом экономическом административном районе образуется совет народного хозяйства ...

В связи с перестройкой управления промышленностью и строительством упразднить следующие общесоюзные министерства СССР (прилагается список десяти министерств)».

Ответ: Хрущев

4. Прочтите отрывок из труда историков «Наше Отечество» и напишите фамилию руководителя СССР, о котором идет речь.

«...Сохраняя приверженность социалистическому выбору, (он) предпочел ... действовать ... в традиционном режиме. Антиалкогольная кампания, государственная приемка, государственный заказ, неоднократные изменения в структуре управления народным хозяйством и многое другое. В итоге – углубление экономического кризиса, достигшего в 1991 г. стадии развала народного хозяйства, всеобщий дефицит, социальные потрясения».

Ответ: Горбачев

5. Прочтите отрывок из книги А.Д. Сахарова и напишите название направления политики, о котором идет речь.

«О чем же я думаю, что жду от перестройки? Прежде всего о (ней). Именно (она) должна создать в стране новый нравственный климат! Люди ... должны знать правду и должны иметь возможность беспрепятственно выражать свои мысли. Развращающая ложь, умолчание и лицемерие должны уйти навсегда и бесповоротно из нашей жизни. Только внутренне свободный человек может быть инициативным, как то необходимо обществу...».

Ответ: гласность

<p>Специфический феномен рекламы в античности; в эпоху Древнего Рима это участок на городских стенах, на котором наносились рекламные объявления. Ответ: альбум</p>
<p>ОГСЭ.04 Физическая культура</p> <p>Укажите допустимую максимальную величину частоты ударов сердечных сокращений у тренированных людей (ударов в минуту). (целое число цифрами) Ответ: 60</p>
<p>ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии</p> <p>Как называется молодежная культура, представляющая собой специфическую разновидность национальной культуры? Ответ: субкультура</p>
<p>ОП.02 Живопись с основами цветоведения</p> <p>противоположные цвета на цветовом круге, усиливающие и дополняющие друг друга. Ответ: КОМПЛЕМЕНТАРНЫЕ ЦВЕТА</p>
<p>ОП.03 История изобразительного искусства</p> <p>Какое художественное изобретение использовали средневековые мастера на окнах готических соборов, чтобы создать впечатление магического рассеивания света? Ответ: витражи</p>
<p>ОП.04 Экономика организации</p> <p>. В трудовом коллективе возникла конфликтная ситуация. Противники стараются найти такое решение, при котором будут какие-то взаимные уступки. Какой стиль разрешения конфликтов применяют сотрудники? Ответ: компромисс.</p>
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности</p> <p>Что представляет собой зона чрезвычайной ситуации? Ответ: Территория, на которой сложилась неблагоприятная обстановка, нарушающая нормальную жизнедеятельность людей.</p>
<p>ОП.06 Сервисная деятельность</p> <p><u>Государство, являющееся пионером в создании индустрии обслуживания:</u> Ответ: США</p>
<p>ОП.07 История и теория дизайна</p> <p>один из основополагающих критериев дизайна, означающий набор возможностей, которые есть у системы, устройства или любого другого продукта дизайна Ответ: функциональность</p> <p>научная дисциплина, комплексно изучающая функциональные возможности человека в конкретных условиях его трудовой деятельности в целях оптимизации механизмов, изделий и рабочих мест, наиболее</p>

удобных для работника.

Ответ: эргономика

маркетинг, направленный на удовлетворение потребностей целевой аудитории через товары и услуги, которые помогают беречь окружающую среду.

Ответы: экологический
экологический маркетинг

Задание 10. Тип коммерческого дизайна, представленный дизайнерскими отделами внутри производственных фирм и предприятий, решающие необходимые для предприятий задачи.

Ответ: стафф-дизайн

Задание 11. тип коммерческого дизайна, представленный самостоятельными дизайн-фирмами или бюро, которые принимают и выполняют отдельные заказы промышленных фирм.

Ответ: независимый дизайн

ОП.09 Социология рекламной деятельности

В соответствии с моделью психографического сегментирования VALS, в погоне за модой этот тип потребителей способен приобретать статусные товары на последние деньги или даже брать их в кредит. Такой тип поведения формируется из-за неуверенности в себе и желании компенсировать это демонстрацией дорогих товаров. Именно этот тип потребителей чаще всего привлекают распродажи, когда статус (товар) можно купить по сниженной цене.

Ответ: Старающиеся

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта



Напишите вид товарного знака:

Ответ: изобразительный

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

какой цвет стимулирует функцию мозга?

Ответ: желтый

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

1. Верно ли, что экспозиция — это суммарный световой поток, который попадает на матрицу за время выдержки?

да

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

Часть процесса маркетинга, определяющая методику продажи товара в магазине- это

<p>Ответ: мерчандайзинг</p>
<p>МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы</p>
<p>Кем был разработан метод семантического дифференциала? (указать фамилию в именительном падеже) Ответ: Осгуд</p>
<p>УП.03.01 Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта</p>
<p>маркетинговый подход, подразумевающий изменение массового товара или услуги под запросы потенциальных клиентов. Ответы: кастомизация</p>
<p>ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
<p>Стратегия <u>дифференциации</u> особенно успешна в условиях, когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках Ответ: товара</p>

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи/ мини-кейсы

<p>ОГСЭ.01 Основы философии</p>
<p>Согласно американскому президенту Джорджу Вашингтону, «почетна любая должность, на которой человек может послужить своей стране». С каким состоянием общества по теории А. Дж. Тойнби эта идея гармонирует? Ответ: этерификация, которая происходит на стадии роста. Если в начале развития цивилизации человеку приходится в основном отвечать на вызовы Природы, то по мере развития основными становятся социальные противоречия: борьба между слоями общества, религиозные, национальные вопросы. На уровне человека рост означает все меньшую зависимость от физиологических потребностей и все прогрессирующее влияние нравственных проблем. «Рост означает, что растущая личность или цивилизация стремится создать свое собственное окружение, породить своего собственного возмутителя спокойствия и создать свое собственное поле действия. Иными словами, критерий роста - это прогрессивное движение в направлении самоопределения»</p>
<p>ОГСЭ.02 История</p>
<p>В 1954 г. было принято решение об освоении целинных земель для увеличения объема сельскохозяйственного производства. На первых порах эта мера себя оправдала. Однако в 1965 г. принимается решение о сокращении размеров посевов на целине. Почему? Ответ: Уже в ходе освоения земель была выявлена нехватка мощностей для обработки, хранения и транспортировки зерна. Особенно трудное положение сложилось на дорогах, на станциях, в узловых пунктах перевалки зерна. В первые же годы урожай был получен, но 75% его пропало. Все это свидетельствовало о неспособности управленцев</p>

организовать производство, поставить задачи, просчитать ресурсы. Партийно-хозяйственной властью не были подготовлены землеустроительные работы, не отработана технология вспашки, не организована транспортная инфраструктура. В мае 1963 случилась настоящая экологическая катастрофа. Бури силой 35-40 м в секунду подняли и унесли на большие расстояния к подножию Саянских хребтов миллионы тонн плодородных целинных земель. Пыльные облака закрыли солнце, засыпали оросительные каналы, вдоль некоторых посадок образовались барханы до двух метров высотой.

ОП.03 История изобразительного искусства

Представьте, что вам необходимо прорекламировать загородный курорт, и заказчик хочет, чтобы на брошюре фигурировала картина. По его словам, изображение должно быть выполнено в мягких постельных тонах, оно должно быть лёгким, воздушным и праздничным, развлекать зрителя и радовать глаз, показывать гармоничное единение отдыхающих людей с природой, содержать элементы французской эстетики XVIII в.

К какому художественному стилю лучше всего обратиться в этом случае?

Ответ: рококо

ОП.04 Экономика организации

Определить трудоемкость выпуска каждого изделия, если на производство всей партии изделий затрачено 10 часов, а партия составляет 18 штук.

Решение:

$Tr = 10/18 = 0,56$ часов.

Ответ: 0,56.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Ребенок 2 лет. Вместе с просмотром телевизора употреблял печенье. Вдруг ребенок начал кашлять, суетится, проявлять беспокойство. Кожа лица и слизистые незначительно изменены, слегка покраснели. Выбрать способ удаления ИТВДП. Аргументировать ответ.

ОП.06 Сервисная деятельность

Назовите, какие функции присущи сфере услуг как сектору экономики.

Ответ: Сфере услуг как сектору экономики присущи следующие **экономические и социальные** функции.

Первой экономической функцией является обслуживание процесса производства материальных благ. Предполагается предоставление различных услуг сфере материального производства, которая нуждается в услугах транспорта и связи, правовых консультациях или услугах технического обслуживания оборудования.

Вторая функция, относящаяся к экономическим – воспроизводство рабочей силы, осуществляется посредством услуг, предоставляемых

населению, например, услуги образовательных и просветительных заведений.

К третьей функции этой группы относят создание дополнительных материальных благ путем производства на заказ предметов длительного пользования или путем восстановления ранее утраченных ими потребительских свойств. Эту функцию выполняют предприятия службы быта.

Социальные функции включают, во-первых, удовлетворение потребностей населения в различных видах обслуживания. Во-вторых, группа социальных функций обеспечивает снижение затрат и улучшение условий труда в домашних хозяйствах благодаря деятельности организаций жилищно-коммунального и бытового обслуживания.

Рациональное использование высвобождающегося свободного времени реализуется с помощью услуг культурно-зрелищных учреждений и определяет третью социальную функцию сферы услуг.

Четвертая социальная функция относится к обществу в целом и заключается в обеспечении безопасности и нормального функционирования

ОП.07 История и теория дизайна

Электропроводящие чернила - Чернила на основе графена и подобных высокотехнологичных материалов помогут создавать электронику без микросхем.

Есть ли у данного изобретения будущее в отрасли производства рекламной продукции? Предложите, каким образом мы можем использовать их в рекламе.

Ответ: 5 баллов - ответ оригинален и обоснован
2 балла - нет развернутого ответа
0 баллов - нет ответа

tethonite - керамический порошок с высоким содержанием глинозема для струйной 3D-печати

Есть ли у данного изобретения будущее в отрасли производства рекламной продукции? Предложите, каким образом мы можем использовать его в рекламе.

Ответ: 5 баллов - ответ оригинален и обоснован
2 балла - нет развернутого ответа
0 баллов - нет ответа

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Предложите 3 оригинальных носителя indoor-рекламы в ресторане

Ответ: 5 баллов - все предложения оригинальны и соответствуют формату рекламодателя
2 баллов- ответ частично оригинален и применим
0 баллов - ответа нет

МДК.01.03 Язык рекламы

Важно ли выделять ключевые запросы в SEO-тексте **жирным шрифтом**? Аргументируйте свой ответ

Ответ: Современные алгоритмы ПС не обращают внимания на выделение ключей жирным текстом. Единственный вариант, возможный

сегодня, выделять некоторые ключевые фразы для акцентирования на них внимания пользователей

УП.01.01 Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта

Предложите 3 оригинальных носителя indoor-рекламы в салоне красоты

Ответ: 5 баллов - все предложения оригинальны и соответствуют формату рекламодателя

2 баллов- ответ частично оригинален и применим

0 баллов - ответа нет

ПП.01.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта

Предложите 3 оригинальных носителя indoor-рекламы в туристическом агентстве

Ответ: 5 баллов - все предложения оригинальны и соответствуют формату рекламодателя

2 баллов- ответ частично оригинален и применим

0 баллов - ответа нет

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

Ваша подруга начала заниматься организацией свадеб. Помогите ей составить план продвижения ее продукции с минимальным бюджетом на 2 месяца.

Ответ: 5 баллов – подробно описана последовательность действий, предложены эффективные каналы продвижения

2 баллов – последовательность действий описана схематично

0 баллов - отсутствует структура, предложенные каналы малоэффективны

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

. Посмотрите на страницу меню ресторана 1586. Расскажите, как называется инструмент продвижения. который здесь использован. И в чем его эффективность.

1586

ROOFTOP KITCHEN

С ЛЮБОВЬЮ К ГОРОДУ
И В ЕГО ЧЕСТЬ

Меню

Бар

Бассейн

Пространство

Торжества и мероприятия

Афиша

Эй! Троллей

— Локальные партнеры

Контакты

Онлайн-оплата

Забронировать



Ответ: Здесь представлена одна из форм кросс-маркетинга. Ресторан делится информацией о своих поставщиках, демонстрируя, что продукты, используемые им - локальные. Партнеры, в свою очередь,

<p>получают дополнительную рекламу. Гости не просто заказывают блюда, но и имеют возможность оценить продукцию различных локальных производителей.</p>
<p>УП.03.01 Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта</p> <p>. Ваша подруга вяжет свитеры. Помогите ей составить план продвижения ее продукции с минимальным бюджетом на 2 месяца. Ответ: 5 баллов – подробно описана последовательность действий, предложены эффективные каналы продвижения 2 баллов – последовательность действий описана схематично 0 баллов - отсутствует структура, предложенные каналы малоэффективны</p>
<p>ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>. Ваша подруга предлагает репетиторские услуги для школьников. Помогите ей составить план продвижения ее услуг с минимальным бюджетом на 2 месяца. Ответ: 5 баллов – подробно описана последовательность действий, предложены эффективные каналы продвижения 2 баллов – последовательность действий описана схематично 0 баллов - отсутствует структура, предложенные каналы малоэффективны</p>
<p>УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта</p> <p>Ваша родственница печет торты на заказ. Помогите ей составить план продвижения ее услуг с минимальным бюджетом на 2 месяца. Ответ: 5 баллов – подробно описана последовательность действий, предложены эффективные каналы продвижения 2 баллов – последовательность действий описана схематично 0 баллов - отсутствует структура, предложенные каналы малоэффективны</p>
<p>ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p> <p>Ваша подруга открыла маникюрный кабинет. Помогите ей составить план продвижения ее услуг с минимальным бюджетом на 2 месяца. Ответ: 5 баллов – подробно описана последовательность действий, предложены эффективные каналы продвижения 2 баллов – последовательность действий описана схематично 0 баллов - отсутствует структура, предложенные каналы малоэффективны</p>
<p>МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг</p> <p>Представьте, что вам пришлось искать работу после выпуска из университета. Опыта работы по специальности нет. Расскажите про ваши дальнейшие шаги Ответ: составление резюме и портфолио, рекрутинговые сервисы, поиск агентства для стажировки, специализированные мероприятия</p>

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.04 Физическая культура

ОГСЭ.05 История рекламы

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ЕН.02 Экологические основы природопользования

ЕН.03 Информатика

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Сервисная деятельность

ОП.07 История и теория дизайна

ОП.08 Документационное обеспечение управления

ОП.09 Социология рекламной деятельности

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

МДК.01.03 Язык рекламы

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

УП.01.01 Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

МДК.02.05 Мультимедийные технологии

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации

УП.03.01 Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта

ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный
МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг
ПП.05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный

1) Тестовые задания:

ОГСЭ.01 Основы философии

В наши дни принята ... концепция сознания:

- A. деятельностная**
- В. Праксиологическая
- С. Когнитивная
- D. органическая

ОГСЭ.02 История

1. Год образования независимого государства Российской Федерации:

- а) 1993;
- б) 2001;
- в) 1990;
- г) **1991.**

2. Первоочередная задача, решавшаяся руководством России в 1990е годы:

- а) укрепление централизованной административной системы;
- б) переход к рыночной экономике;**
- в) переселение в Россию русского населения из стран СНГ;
- г) наращивание ядерных вооружений.

3. Президенты Российской Федерации вступают в должность в результате:

- а) избрания Государственной Думой;
- б) назначения Федеральным собранием;
- в) всенародных выборов;**
- г) назначения Конституционным судом.

4. Дата принятия Конституции РФ:

- а) 12 декабря 1991 года;
- б) 12 июня 1991 года;
- в) 12 июня 1993 года;**
- г) 12 декабря 1993 года.

5. В основе современных международных процессов лежит:

- а) мировая интеграция;
- б) противостояние Европы и Азии;
- в) уменьшение роли ООН;

г) главенство национальных интересов каждого государства.

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.
(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Now I'd like to focus your attention on...

- Introduction
- The main part
- Conclusion

ОГСЭ.04 Физическая культура

Выберите правильный вариант ответа:

Каким принципом создается необходимая предпосылка освоения движения?

- системности
- **наглядности**
- сознательности и активности
- доступности

ОГСЭ.05 История рекламы

Фотография появилась в 1839 году. И практически сразу на Западе ее стали использовать в рекламе. В России же еще долго использовали не фото, а рисунок. В каком году появилась в российской рекламе фотография? Выберите один правильный ответ.

- А) 1861 г.
- Б) 1913 г.**
- В) 1961 г.
- Г) 1942 г.

ЕН.02 Экологические основы природопользования

Выберите правильный вариант ответа:

Приему на полигоны не подлежат виды отходов:

- А. радиоактивные отходы;**
- В. компостированные пищевые отходы;
- С. все перечисленное подлежит приему на полигон
- Д. твердые бытовые отходы

ЕН.03 Информатика

Заражение компьютерными вирусами может произойти в процессе:

- А. работы с файлами**
- В. выключения компьютера
- С. включения компьютера
- Д. печати на принтере

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

- 1. рисунок, выполненный только линиями, называют**
- а. цветным**

- б. тональным
+ в. **Линейным**
г. черно-белым

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Какое из перечисленных утверждений является правильным?

- 1) **Леонардо да Винчи – одна из центральных фигур итальянского Возрождения**
- 2) Средневековье характеризуется полным упадком в мире искусства, так как в этот период не возникло ничего нового
- 3) представители искусства модерна чаще всего ориентировались на античный идеал красоты и подражали древнегреческим мастерам
- 4) «Чёрный квадрат» - самый яркий пример искусства барокко

ОП.04 Экономика организации

Определите признаки стратегического планирования:

- инертное реагирование на изменение внешней среды предприятия
- краткосрочный характер планирования
- **долгосрочный характер планирования и гибкое реагирование на изменение внешней среды предприятия**
- высокая степень детализации показателей

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Какие опасности относятся к техногенным?

А) производственные аварии

- Б) загрязнение воздуха
В) природные катаклизмы

ОП.06 Сервисная деятельность

1. Какой из перечисленных продуктов в Сервисе относятся к первоначальному контакту между клиентом и предприятием?

- А. наглядность
В. Узнаваемость
С. Атмосфера
D. возможность заказа по телефону

2. Какому виду сервисной деятельности относится рекламный сервис?

- А. Материально-производственному
В. Коммуникативному
С. Ценностно-ориентационному
D. ценностному

3. Какое состояние характерно для социальной дистанции общения?

- А. 400-750 см
В. 45-120 см

C. 120-400 см

D. 50 см

ОП.07 История и теория дизайна

Что такое гедонистические потребности?

A. потребности, связанные со стремлением к наслаждению, удовольствию

B. Физиологические

C. Духовные

D. потребности в уважении

ОП.08 Документационное обеспечение управления

В каком месте документа проставляется реквизит «Отметка о контроле»?

A. в нижнем правом углу первого листа документа

B. в верхнем правом углу первого листа документа

C. на левом поле документа, напротив реквизита «Справочные данные об организации»

D. в нижнем левом углу последнего листа документа

ОП.09 Социология рекламной деятельности

Сведение качественных характеристик к количественным измерениям результата в контент-анализе, называется:

A. верификацией

B. Квантификацией

C. Идентификацией

D. стратификацией

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Пропорционально увеличенная в несколько раз реально существующая упаковка конкретного товара:

A. джумби

B. воблер

C. шелфтокер

D. стикер

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

. Термин «продвижение» обозначает:

A. то же понятие, что и термин «реклама» (то есть термины «продвижение» и «реклама» синонимичны)

B. более широкое понятие, чем термин «реклама» (то есть реклама – разновидность продвижения)

C. более узкое понятие, чем термин «реклама» (т.е. продвижение – разновидность рекламы)

D. понятие, не пересекающееся с понятием, обозначенным термином «реклама»

УП.01.01 Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта
<p>Потребительская реклама иначе может быть названа:</p> <p>A. реклама B-to-B</p> <p>B. реклама B-to-C</p> <p>C. ATL-реклама</p> <p>D. институциональная реклама</p>
МДК.02.06 Обработка текстовой информации
<p>Как сделать так, что компьютер самостоятельно создал оглавление (содержание) в документе Microsoft Word?</p> <p>A. Правка → оглавление и указатели</p> <p>B. Вставка → ссылка → оглавление и указатели</p> <p>C. Правка → оглавление</p> <p>D. Формат → оглавление и указатели</p>
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
<p>Выберите правильный вариант ответа.</p> <p>В случае, если потребители знают только название товара, они находятся в состоянии:</p> <p>A. неосведомленности</p> <p>B. осведомленности</p> <p>C. благорасположения</p> <p>D. знания</p>
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
<p>Срок хранения рекламных материалов в соответствии с ФЗ - № 38 « О рекламе» РФ составляет:</p> <p>A. 1 год</p> <p>B. 1,5 года</p> <p>C. 2 года</p> <p>D. 3 года</p>
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
<p>Выберите правильный вариант ответа.</p> <p>Что требует от менеджера иметь креативное мышление:</p> <p>A. гарантирует более устойчивое управление</p> <p>B. дает возможность генерировать нестандартные решения</p> <p>C. сокращает время на принятие решения</p> <p>D. снижает затраты на управление</p>

открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

1. Прочитайте отрывок из документа и укажите одно последствие принятого решения:

«...Несмотря на то, что Франция сегодня все еще признает полезным для обеспечения собственной безопасности и безопасности всего Западного мира находиться в союзных отношениях с некоторыми государствами, в частности с Соединенными Штатами Америки, для того чтобы совместно обороняться в случае агрессии против любой из сторон; несмотря на то, что совместная декларация по этому вопросу в форме договора о Североатлантическом альянсе, подписанного в Вашингтоне 4 апреля 1949 года, все еще сохраняет для Франции свое значение, наша страна считает вместе с тем, что меры, принятые во исполнение положений Вашингтонского договора, более не являются достаточными для обеспечения ее безопасности в новых условиях...».

Ответ: Выход Франции из НАТО при продолжении дальнейшего сотрудничества.

2. Укажите дату подписания данного договора:

«...Статья I

Каждая из Сторон обязуется ограничить системы противоракетной обороны (ПРО) и принять другие меры в соответствии с положениями настоящего Договора.

Каждая из Сторон обязуется не разворачивать системы ПРО на территории своей страны и не создавать основу для такой обороны, а также не разворачивать системы ПРО отдельного района, кроме как предусмотрено в статье III настоящего Договора...».

Ответ: 1972

3. Какие страны заключили договор, отрывок из которого представлен ниже:

«...Статья I

Каждая из Сторон обязуется ограничить системы противоракетной обороны (ПРО) и принять другие меры в соответствии с положениями настоящего Договора.

Каждая из Сторон обязуется не разворачивать системы ПРО на территории своей страны и не создавать основу для такой обороны, а также не разворачивать системы ПРО отдельного района, кроме как предусмотрено в статье III настоящего Договора...».

Ответ: США и СССР

4. Кто из советских лидеров выступил с ответом на обращение американского президента:

«...Уважаемый господин Президент!

В ответ на Ваше послание от 29 декабря считаю необходимым сообщить следующее. Никак нельзя согласиться с Вашей оценкой того, что сейчас происходит в Демократической Республике Афганистан. Через Вашего посла в Москве мы в доверительном порядке уже дали американской стороне и лично Вам основывающиеся на фактах разъяснения действительно происходящего там, а также причин, побудивших нас положительно откликнуться на просьбу правительства Афганистана о вводе ограниченных советских воинских контингентов....».

Ответ: Брежнев

5. В конце 1960-х – середине 1980-х гг. людей, не разделявших господствовавшую в СССР государственную идеологию, называли _____.

Ответ: диссиденты

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'What are you doing now?'

'I ... (prepare) a report for the next meeting.'

Ответ: I am preparing

ОГСЭ.04 Физическая культура

Как переводится на русский язык Олимпийский девиз «*Citius, altius, fortius!*»?

Ответ: Быстрее! Выше! Сильнее!

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Какая теория связывает происхождение искусства с естественными и социальными потребностями человека?

Ответ: прагматическая

ОП.04 Экономика организации

Компании, выпускающая газированные напитки, расширяет производство за счет того, что начинает производить молочные коктейли. Какую стратегию выбрала

компания? Ответ: стратегия дифференциации.
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности
Слой плотного льда, нарастающего на поверхности земли и на предметах вследствие намерзания капель переохлаждённого дождя, мороси или тумана- Ответ: гололед
ОП.06 Сервисная деятельность
Задание 2. <u>Особый вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями:</u> Ответ: сервис
ОП.07 История и теория дизайна
Форма дизайна. представляющая собой исследование и программирование структур отношений между людьми, их действий, разработка стратегий, программ деятельности для различных предприятий, организаций, ориентированных, например, на задачи: реконструкции производства для освоения новой продукции; выработки концепций новых семейств промышленных товаров; проведения длительных рекламных компаний, деловых мероприятий; применения новых методов и средств профессионального обучения; организации и проведения выставок товаров и услуг; повышения эффективности торговли благодаря методам дизайна в системе маркетинга и т. п. Ответ: нон-дизайн
ОП.09 Социология рекламной деятельности
В соответствии с моделью психографического сегментирования VALS, потребители, стремящиеся к поиску огромного количества информации перед совершением покупки. Они готовы изучать длинные статьи и отзывы, сравнивать ваши предложения с предложениями конкурентов и только после этого делать окончательный выбор. Наилучший способ мотивировать мыслителя к покупке — предоставить максимальное количество информации. Важно: товар должен устроить его по соотношению «цена/качество». Ответ: Мыслители
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта
Можно ли в дизайне нарушать правила? Ответ: можно
МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика
Основным признаком композиции является, является целостность? Ответ: да
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
Рекламируя товар, продавец должен выступать с утверждениями относительно товара, которые достоверно отражают его Ответ: свойства

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
Показ несовершеннолетних в опасных ситуациях является.... Ответ: ненадлежащей рекламой
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
Теория бюрократии Макса Вебера обосновывает эффективность распределения полномочий в организации по типу.. Ответ: «Елочки»

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы

ОГСЭ.01 Основы философии
<p>Однажды Исаак Ньютон сказал о своей научной работе: «Не знаю, чем я могу казаться миру, но сам себе я кажусь только мальчиком, играющим на морском берегу, развлекающимся тем, что иногда отыскиваю камешек более цветистый, чем обыкновенно, или красивую ракушку, в то время как великий океан истины расстилается передо мной неисследованным». На какую гносеологическую позицию указывает это высказывание. Аргументируйте свой ответ.</p> <p>Ответ: агностицизм, так как согласно данной концепции мир непознаваем и люди не могут знать ничего достоверного о действительной сущности вещей</p>
ОГСЭ.02 История
<p>Доклад Н.С. Хрущева «О культе личности и его последствиях» был произнесен на закрытом заседании XX съезда КПСС в 1956 г. Однако его текст был открыто опубликован лишь в 1989 г. Почему?</p> <p>Ответ: После съезда доклад был в полной версии распространён в партячейках всей страны, причём на ряде предприятий к его обсуждению привлекали и беспартийных; частым было также обсуждение доклада Хрущёва в ячейках ВЛКСМ. «Смягчённый» вариант доклада был обнародован в качестве постановления Президиума ЦК КПСС от 30 июня 1956 года под названием «О преодолении культа личности и его последствий», в котором задавались рамки допустимой критики сталинизма. В этом постановлении говорилось, что несмотря на свои недостатки, Сталин был верным сторонником Ленина и выдающимся марксистом-ленинцем. Также говорилось, что культ личности не увёл советское общество от построения коммунизма. Доклад привлёк огромное внимание во всём мире; появились его переводы на различные языки, в том числе распространявшиеся в некоммунистических кругах. Полностью в СССР доклад впервые был официально опубликован в 1989 году в журнале «Известия ЦК КПСС», массовым тиражом в</p>

приложении «Неделя» к газете «Известия» (1989, № 16). Причина – появление возможности широкого обсуждения таких материалов вследствие политики гласности.

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Прочитайте цитату известного философа и определите, для какой эпохи характерна такая точка зрения.

««...Прекрасное – и животное и всякая вещь, состоящая из известных частей, должно не только иметь последний порядок но и обладать ей никакую попало величиной: красота заключается в величине и порядке».

Ответ: античность

ОП.04 Экономика организации

Рассчитайте рентабельность продаж, если прибыль от продаж составила 15 000 тыс. руб., а выручка от реализации 20 000 тыс. руб.

Ответ укажите в виде целого числа (в %).

Решение:

Рентабельность = $15\,000 / 20\,000 * 100 = 75\%$.

Ответ: 75.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Вы отдыхали на природе в лесу, неподалеку начался лесной пожар. Ваши действия вместе в этой ситуации.

Ответ: При обнаружении природного пожара постараться ликвидировать очаг возгорания собственными силами; если это не удалось сделать, быстро покиньте опасную зону, обязательно сообщите о месте пожара лесную охрану, администрацию, спасателям. Если вы оказались вблизи очага пожара, нужно немедленно предупредить всех находящихся поблизости людей и постараться покинуть опасную зону. Выходить нужно на дорогу, широкую просеку, опушку леса, к водоёму.

ОП.06 Сервисная деятельность

Задание . Объясните следующие характеристики услуги, как специфической экономической категории: неосвязаемость, неотделимость от источника,

Ответ: 5 баллов – дано объяснение , приведены реальные примеры

2 балла – нет объяснения или нет примеров

0 баллов – нет ни объяснения, ни примеров

Задание . Объясните следующие характеристики услуги, как специфической экономической категории: непостоянство (гетерогенность) качества услуг

Ответ: 5 баллов – дано объяснение, приведены реальные примеры

2 балла – нет объяснения или нет примеров

0 баллов – нет ни объяснения, ни примеров

Задание 1. Объясните следующие характеристики услуги, как специфической экономической категории: недолговечность, отсутствие владения (собственности)

Ответ: 5 баллов – дано объяснение, приведены реальные примеры
2 балла – нет объяснения или нет примеров
0 баллов – нет ни объяснения, ни примеров

Задание 1. Теория доминирующей модальности восприятия основана на том, что каждый человек имеет базовый словарь выражения своих мыслей и восприятия информации, обусловленный доминированием того или иного органа чувства. Специалисты выделяют всего три основных модальности: аудиал, визуал, кинестетик. Аудиал основные впечатления получает посредством слуха, визуал — посредством зрения, а кинестетик — через осязание, телесные ощущения. В зависимости от того, слова какой модальности наиболее часто употребляет собеседник, специалист может определить тип собеседника и выстроить дальнейшее общение ожидаемым образом. **На какие качества программного продукта должен обращать особое внимание специалист по сервису, если его клиент кинестетик?**

Ответ: надежность, удобство, простота, скорость обработки информации;

Задание . Какова роль контактной зоны в сфере обслуживания?

Ответ: Контактная зона – это собирательное понятие, в состав которого входит комплекс факторов, физического (место предоставления услуг), психологического (коммуникативный процесс участников) и профессионального (опыт и знания представителя сферы услуг) характера.

Состояние контактной зоны решительным образом влияет на то, обратится ли вторично клиент в данную сервисную фирму. Она делает привлекательной для посетителей службу сервиса.

ОП.07 История и теория дизайна

Назовите пять любых отраслей дизайна, приведите результаты деятельности этих отраслей

Ответ: Архитектурный дизайн – план будущего архитектурного строения

- Веб-дизайн – проект веб-интерфейса для сайтов или веб-приложений.
- Геймдизайн - создания формы и содержания игрового процесса разрабатываемой игры
- Графический дизайн (корпоративно-рекламный и редакционно-издательский) – рекламная продукция , оформление медиа
- Часто отдельно выделяется книжный, полиграфический дизайн.
- Дизайн городской среды - пространственная конфигурация, внешний облик и функциональность элементов городов
- Дизайн интерьера- оформление интерьера, начиная с планировки помещения, заканчивая размещением мебели и установкой навигационных знаков.

- Дизайн одежды - создание высокохудожественные модели одежды, а также аксессуары к ним.
- Ландшафтный дизайн – проектирование, озеленение и благоустройство территорий
- Промышленный дизайн – проектирование промышленных изделий
- Футуродизайн – разработка проектных доктрин и концепций, адекватных смыслам будущего.
- Экодизайн – разработка изделий с учетом безопасности для окружающей среды на всём протяжении их жизненного цикла.

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Написать ТЗ для разработки упаковки продукта. *Галоши для женской обуви на каблуке*. Она закрывает низ туфли и пряжка или другой декоративный элемент не станет помехой, для ботильонов или полусапожек на каблуке, включая замшевые – самые чувствительные к слякоти. Новые галоши, чей дизайн в точности повторяет очертания модных туфель, имеют прорезь для каблуков и выпускаются самых разных оттенков. Теперь любая модница может носить «шпильки» даже в сырую и дождливую погоду, не боясь за сохранность обуви.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.
2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Придумать нецм и слоган для продукта.
Луковое варенье довольно необычное и очень полезное лакомство. Довольно часто его употребляют как соус, подают к мясным блюдам. Но это еще и отличное средство от кашля, которое можно употреблять как десерт к чаю.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.
2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

1.Экспозиция задается:

Ответ: выдержкой, диафрагмой, чувствительностью ISO

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

В конкурентной борьбе на рынке услуг победит то предприятие, на котором созданы все необходимые условия для получения услуги, такие как: степень простоты и форма принятия заказа; полнота информации об услуге. Дополните список. Что такое взаимозависимость услуг и каким образом она может образовываться? Приведите примеры

Ответ: 5 баллов – ответ развернут, приведены реальные примеры
2 балла – нет объяснения или нет примеров
0 баллов – нет ни объяснения, ни примеров

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

На планерке главный редактор объявил, что в последние месяцы пользователи стали реже заходить на сайт, что может негативно сказаться на бюджете организации из-за оттока рекламодателей. Он предлагает использовать дополнительные возможности. Например, часть аудитории можно привлечь через «Телеграм». Что именно хочет создать редактор в этом мессенджере?

Ответ: он предлагает создать телеграм-канал, так как это один из инструментов, позволяющих доносить информацию до аудитории, в т.ч. и рекламного характера.

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

Период окончания формирования компетенции: 8 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.05 История рекламы

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ЕН.02 Экологические основы природопользования

ЕН.03 Информатика

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Сервисная деятельность

ОП.09 Социология рекламной деятельности

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

МДК.01.03 Язык рекламы

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

УП.01.01 Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта

ПП.01.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

МДК.02.05 Мультимедийные технологии

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации

УП.03.01 Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта
 ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
 ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
 МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
 МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения
 УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта
 ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
 ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
 МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный
 МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг
 УП.05.01 Введение в профессию Агент рекламный
 ПП.05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный

1) Тестовые задания

ОГСЭ.01 Основы философии

Выберите правильный вариант ответа

Философом рационалистического направления был

- А. Френсис Бэкон
- В. Клод Гельвеций
- С. Квинт Тертуллиан
- Д. Рене Декарт**

ОГСЭ.02 История

. Фамилии С. В. Кириенко, Е. М. Примакова, С. В. Степашина связывает то, что каждый из них был:

- а) участником подписания соглашения о создании СНГ;
- б) главой правительства РФ;**
- в) министром иностранных дел;
- г) представителем РФ в ООН.

17. Основная черта современного общества:

- а) развитие информационных технологий;**
- б) активное развитие сельского хозяйства;
- в) использование машинного труда;
- г) отказ от религиозных догм.

18 .Что из названного стало одной из важнейших задач федеральной власти в России в начале XXI в.:

- 1) образование новых субъектов федерации;
- 2) создание системы судебной власти;
- 3) подготовка новой редакции Конституции РФ;
- 4) приведение регионального законодательства в соответствии с общероссийским.**

19. К числу причин резкого обострения кризиса власти в сентябре-октябре 1993 г. не относится:

- 1) **расстрел правительственными войсками Белого дома;**
- 2) Указ президента «О поэтапной конституционной реформе в РФ»;
- 3) отсутствие конституционных норм, регулирующих распределение властных полномочий между законодательной и исполнительной ветвями власти;
- 4) рост социального недовольства результатами реформ.

20. На V Съезде народных депутатов РСФСР Б.Н. Ельцин получил широкие полномочия. К ним не относится (исключите лишнее)

- 1) право издавать указы, приравненные к законам РСФСР, для оперативного регулирования экономической реформой;
- 2) право назначать на должности глав местных администраций;
- 3) право самостоятельно реорганизовывать структуру органов высшей исполнительной власти страны и решать кадровые вопросы;
- 4) **право роспуска Съезда народных депутатов РСФСР и назначения перевыборов в высший орган законодательной власти.**

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan. (Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Now I'll be happy to answer any questions you may have.

- Introduction
- The main part
- Conclusion

ОГСЭ.05 История рекламы

Кто из отечественных поэтов работал в организации, которую сегодня можно было бы назвать рекламным агентством? Выберите один правильный ответ.

- А) Пушкин
- Б) Маяковский**
- В) Высоцкий
- Г) Бальмонт

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

Условное разделение современного общества на мужчин и женщин является...

- А. дифференциацией;**
- В. стратификацией;
- С. гендерным неравенством;
- Д. проявлением феминизма

ЕН.02 Экологические основы природопользования

Выберите правильный вариант ответа:

Промышленные отходы – это отходы:

<p>A. производства и промышленности; B. только жидкие бытовые отходы; C. только твердые бытовые отходы; D. нет правильного ответа.</p>
<p>ОП.03 История изобразительного искусства</p>
<p>Какие из перечисленных терминов относятся первобытному искусству?</p> <p>1) принцип золотого сечения, палаццо, галерея 2) розетка, гаргуйль, базилика 3) хепенинг, гиперреальность, стрит-арт 4) мегалиты, синкретизм, анимизм</p>
<p>ОП.04 Экономика организации</p>
<p>Определите фундаментальную сущность планирования:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планирование это процесс познания будущих явлений на основе изучения объективных причинно-следственных связей; – планирование – это определение целей, факторов, направлений, задач успешной деятельности, сроков, ресурсов для расширения поставленных задач; – планирование – это проектирование будущего и путей его достижения; – планирование – это процесс прогнозирования будущего.
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности</p>
<p>Частота надавливания при проведении компрессии грудной клетки составляет:</p> <p>A) 60-80 в минуту B) 40-50 в минуту B) не менее 100 в минуту</p>
<p>ОП.06 Сервисная деятельность</p>
<p><u>Продукт труда, полученный эффект которого выступает не в форме, а в форме деятельности, направленной на вещь или на человека – есть:</u></p> <p>A. самообслуживание B. сервисная деятельность C. Услуга D. коммуникация</p>
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности</p>
<p>Психографические параметры целевой аудитории включают:</p> <p>A. семейное положение, наличие/отсутствие детей B. систему ценностей, стиль жизни C. частоту потребления товара, уровень лояльности торговой марке D. уровень дохода, принадлежность к социальному классу</p>
<p>МДК.01.03 Язык рекламы</p>

Выберите правильный вариант ответа:

Подберите синоним слова **пресловутый**

A. нашумевший

B. Чрезмерный

C. уставший

D. пройденный

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

Что такое гарнитура?

а) шрифт определенного размера

б) шрифт определенного размера и начертания

в) совокупность всех шрифтов одного шрифтового рисунка

г) шрифт определенного начертания.

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

Ненадлежащая реклама в соответствии с ФЗ «О рекламе» - это...

A. реклама не соответствующая требованиям ФЗ

B. реклама, вводящая в заблуждение потребителей

C. все вышеперечисленное

D. нет верного ответа

2)открытые задания(тестовые, повышенный уровень сложности).

ОГСЭ.01 Основы философии

Задание 1. Ознакомьтесь с фрагментом работы И. А. Ильина «Справедливость или равенство»: «Итак, протестуя против «неравенства», люди протестуют против своей лишенности, обделенности, обремененности, и, требуя «равенства», - люди ищут неравенства в свою пользу... они хотят преимуществ и привилегий для себя; каждый хотел бы присоединить к своим преимуществам чужие преимущества и уступить другим свои бремена. А потому, когда люди требуют «равенства», то на самом деле (за исключением очень редких праведников) хотят нового неравенства. (...) То, что человечеству нужно, - это предметно-обоснованное, справедливое неравенство в правах». Автор настаивает на...

Ответ: стратификации

ОГСЭ.02 История

1. В каком году была принята последняя Конституция СССР?

Ответ: 1977

2. Главой КПСС и советского государства в 1984-1985 гг. был _____.

Ответ; Черненко

3. В каком году произошли испытания первой атомной бомбы в СССР?

Ответ: 1949

4. Прочтите отрывок из постановления Политбюро ЦК ВКП(б) от 15 февраля 1949 г. «Об антипартийных действиях члена ЦК ВКП(б) товарища Кузнецова А.А. и кандидатов в члены ЦК ВКП(б) т.т. Родионова М.И. и Попкова Р.С.» и укажите, с каким политическим процессом связан этот документ.

«Политбюро ЦК ВКП(б) считает, что отмеченные выше противогосударственные действия явились следствием того, что у т.т. Кузнецова, Родионова, Попкова имеется нездоровый, меньшевистский уклон, выражающийся в демагогическом заигрывании с ... организацией, охаивание ЦК ВКП(б), который якобы не помогает ей ...»

Ответ: «Ленинградское дело»

5. В каком году в Москве был подписан Договор между СССР, США, Великобританией о запрещении ядерных испытаний в атмосфере, космосе и под водой?

Ответ: 1963

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

Задание 2. К какой сфере относятся вопросы властных отношений?

Ответ: политической

К какой сфере относятся такие общественные явления как семья, род или племя?

Ответ: социальной

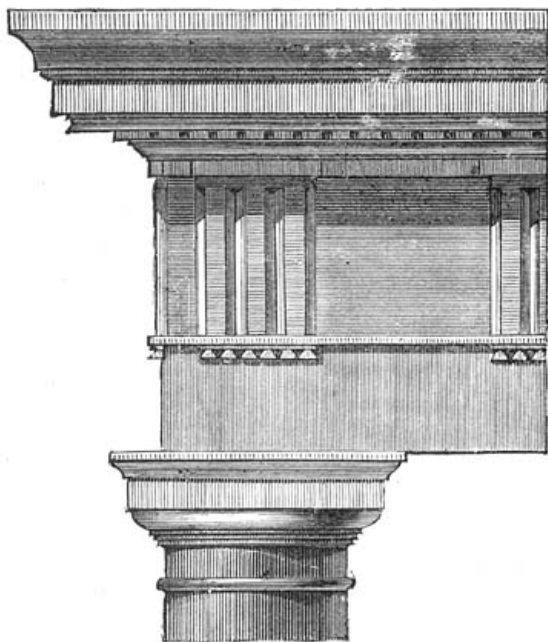
ЕН.03 Информатика

Электронная почта (e-mail) позволяет передавать

Ответ: сообщения и файлы

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

Назовите тип ордера на изображении



Ответ: дорический (ордер)

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Назовите один из самых известных памятников древнеримской архитектуры, который представлял собой храм и был посвящён всем античным богам.

Ответ: Пантеон

ОП.04 Экономика организации

Рассчитать планируемую численность бригады для выполнения строительно-монтажных работ на сумму 6000 тыс. руб. за двадцать рабочих дней при трехсменной работе, если планируемая выработка равняется 9 тыс. руб. в день на одного рабочего.

Ответ в чел. Округление до целого.

Решение:

Дневная выработка в день: $6000 / 20 = 300$ тыс. руб. в день

Численность бригады для выполнения строительно-монтажных работ в день на сумму 300 тыс. руб.: $300/9=33$ чел./день

Численность бригады для выполнения строительно-монтажных работ в одну смену: $33/3=11$ человек

Ответ: 11.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Средства коллективной защиты населения – инженерные сооружения гражданской обороны, предназначенные для защиты от оружия массового поражения и других современных средств нападения. Они подразделяются на противорадиационные укрытия, простейшие укрытия и

Ответ: убежища

ОП.06 Сервисная деятельность

Сервис, который включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях

работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него (например, индивидуальные консультации для фермера по вопросам обработки именно его участка);
Ответ: мягкий сервис

ОП.09 Социология рекламной деятельности

Метод сегментирования, основанный на на пяти вопросах
Ответ: 5W

МДК.01.03 Язык рекламы

Особый вид медиатекста, который обладает специфическими формальными и содержательными характеристиками, которые позволяют выделить его в определенный новый тип онлайн-произведения – это...

Ответ: лонгрид

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

Плоскость, объем, пространство - являются элементами ОПК композиции?...

Ответ: да

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

В CorelDRAW один объект в кривых может иметь минимальное число узлов:

Ответы: два

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

1. На фокусном расстоянии от 135 мм лучше снимать:

- пейзаж, интерьер
- людей во весь рост
- крупные удаленные объекты
- мелкие удаленные объекты**

УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции

Для экспорта векторной графики в растровую лучше всего сохранить его в формате _____

Ответ: PNG.

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини- кейсы

ОГСЭ.01 Основы философии

Какой стадии общественного развития по теории А. Дж. Тойнби соответствуют слова французского короля Людовика XV «После нас хоть потоп»?

Ответ: распад, во время которого правящее меньшинство, больше не являющееся творческой силой общества, но усиленно цепляющееся за власть любыми средствами.

ОГСЭ.02 История

По словам историка Р. Медведева, «Л. Брежнев был явно малообразованным человеком, ..его интеллект можно было бы назвать посредственным». Почему же тогда ему удалось удержаться у власти восемнадцать лет, в то время как более способные деятели, например, Н. Хрущев или Г. Маленков, лишались своих постов?

Ответ: Брежнев был человеком, который наиболее соответствовал стремлениям высшей партийной номенклатуры к стабильному курсу правления. Действительно, смена Генеральных секретарей грозила не столько сменой политического климата в стране, сколько страшило пертурбациями в высших эшелонах власти, которого ближайшее окружение совершенно не желало.

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Read the text below and write the main idea of the text in 1-2 sentences in English.

Mind the spelling. (Прочитайте текст и напишите главную идею текста в 1-2 предложениях на английском языке. Следите за правописанием.)

A service is called a social network when the users have the chance to reach other people through it, to network and form different groups and to share content with other users or groups of users. Users can be related through friendship, hobbies, work or a religious or political conviction. Shared content may incorporate sound, text, images, videos, links, different files or a combination of all these. Users have the chance to interact with each other, to form groups with one another, to publish content and to share it further and comment on it.

With media sharing services, users can share media content with each other. Media can be images, sound or video. As in the case of social networks, these services often provide the chance to create an individual user profile, under which the user compiles the content to be shared. Other users can rate and comment on shared content.

Вариант ответа:

The text looks at social networks and media sharing services used for communication

ЕН.02 Экологические основы природопользования

Приведите пример косвенного воздействия человека на животных

Ответ: гибель животных от загрязнения воздуха выбросами промышленных предприятий; из-за пожаров, возникших в результате нарушения правил посещения леса, из-за вырубki лесов под сельскохозяйственные нужды, из-за утечки нефтепродуктов.

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Перед вами три цитаты. Выберите то (те) из названных в них произведений, которые относятся к романтизму.

«Точкой отсчёта взят человек, вернее его душевное состояние.

Изображая реалистичную природу, художник всё же даёт

восприятие её через призму человеческой души. Отсюда философские, мистические размышления, которые непременно возникают, при разглядывании картины Каспара Давида Фридриха «Странник над морем тумана».» (А. С. Аксёнова)

«Сегодня эти росписи с их плотными, коренастыми фигурами и скупыми пейзажными фонами могут показаться архаичными в своей наивной повествовательности, но тогда, на рубеже средневековья и нового времени, это было смелым новаторством. Джотто разрушил иконописную застылость фигур, он заставил их двигаться, жестиковать, выражать свою страсть, горечь, гнев и восторг». (М.В. Алпатов)

«Монументальное создание Рембрандта «Ночной дозор», запечатлевшее внезапное выступление в поход стрелковой роты, возглавляемой её командирами, решено им как массовая сцена, пронизанная движением толпы конкретных и безымянных персонажей и построенная на мерцающем контрасте ярко освещенных цветковых пятен и затенённых зон. Создающая впечатление разнобоя и напряжённости случайность запечатленной на полотне ситуации вместе с тем проникнута торжественностью и героическим подъёмом, сближается по своему звучанию с исторической композицией». (Т. П. Каптерева)

Ответ: «Странник над морем тумана»

ОП.04 Экономика организации

. Новые iPhone Компании Apple стоят очень дорого, и цена на них со временем снижается. Какую стратегию выбрала компания?

Ответ: стратегия снятия сливок

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Ситуационная задача. Вы отдыхали на природе, где местная речка вышла из берегов, возникла угроза наводнения, Вы получили предупреждение об эвакуации. Ваши действия.

Ответ: Сохранять спокойствие, не паниковать. Быстро собрать необходимые документы, ценности, лекарства, продукты и прочие необходимые вещи. По возможности немедленно оставьте зону затопления. Перед выходом из дома отключите электро- и газоснабжение, погасите огонь в печах. Закройте окна и двери. Поднимитесь на верхние этажи или займите чердачные помещения, оставайтесь на верхних этажах, крышах, деревьях или других возвышениях, сигнализируйте спасателям. Оказавшись в воде, снимите с себя тяжёлую одежду и обувь, отыщите вблизи предметы, которыми можно воспользоваться до

получения помощи.
ОП.06 Сервисная деятельность
<p>Приведите примеры следующих видов сервиса, дав им краткое описание: по направленности услуг (прямой, косвенный)</p> <p>Ответ: 5 баллов – дано объяснение классификации, приведены реальные примеры 2 балла – нет объяснения классификации или нет примеров 0 баллов – нет ни объяснения, ни примеров</p>
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта
<p>Какие средства и инструменты интернет-рекламы необходимо использовать для того, чтобы помочь частному детскому саду «Холмы-Горы» набрать 50 детей в возрасте от 3 до 6 лет при стоимости пребывания 25 тыс. руб. в месяц?</p> <p>Ответ: можно разработать сайт садика и прибегнуть к контекстной рекламе “Яндекс. Директ” (“Гугл. Адвордс”), настроить в метриках “Аудитории” “радиус” 2-3 км. (жилые дома и бизнес центры) или “полигоны”(платные развивающие детские дошкольные учреждения, детские развлекательные центры, элитные жилищные комплексы и т.п.) выбирая места, где может находиться целевая аудитория, и демонстрировать рекламу.</p>
МДК.01.03 Язык рекламы
<p>Идеальный SEO-текст получается в том случае, если удастся органично использовать только прямые вхождения, избегая всех остальных. Так ли это?</p> <p>Ответ: В хорошем SEO-тексте должны быть использованы не только все типы вхождений, но (по возможности) их синонимы</p>
МДК.02.06 Обработка текстовой информации
<p>К базовым приемам работы с текстами в текстовом процессоре MS Word относятся</p> <p>Ответ: создание, сохранение и печать документа, ввод и редактирование текста, рецензирование текста, форматирование текста</p>
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
<p>Индивидуальный предприниматель, являясь рекламодателем, подписал договор на распространение рекламы в СМИ. Однако прописал в договоре с контрагентом, что ответственности за возможные нарушения законодательства о рекламе не несёт. Может ли он быть привлечен к ответственности, в случае нарушения законодательства?</p> <p>Ответ: Да, может быть привлечён в соответствии с требованиями ст. 38 ФЗ «О рекламе». В указанной подписанной части договор считается ничтожным.</p>
УП.05.01 Введение в профессию Агент рекламный
<p><u>Слово или словосочетание, которое используется в виде ссылки, ведущей на релевантную страницу.</u></p> <p>Ответ: <u>анкор</u></p>
ПП.05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный
<p>ЗАДАНИЕ . Составьте пост-знакомство для собственной коммерческой страницы ВК о себе как фотографe (дизайнере, копирайтере или другом специалисте в</p>

области рекламы)

Ответ: 5 баллов – текст составлен без ошибок, правильно используются приемы привлечения внимания и убеждения.

2 балла – в тексте есть грамматические или стилистические ошибки.

0 баллов - в тексте есть грамматические или стилистические ошибки, не используются или используются неумело приемы привлечения внимания и убеждения.

ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.05 История рекламы

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ЕН.03 Информатика

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Сервисная деятельность

ОП.09 Социология рекламной деятельности

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

МДК.01.03 Язык рекламы

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

УП.01.01 Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта

ПП.01.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

МДК.02.05 Мультимедийные технологии

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01 Маркетинг в рекламной деятельности

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации

УП.03.01 Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта

ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг

1) тестовые занятия

ОГСЭ.01 Основы философии

Сознание представляет собой...

- A. физиологическую деятельность головного мозга
- B. врожденное свойство человеческой психики
- C. не данную человеку биологически (т.е. приобретенную) способность**
- D. высокий интеллект

ОГСЭ.02 История

1. Федеральный закон «О политических партиях» вступил в силу:

- 1) 14 июля 2001 г.;**
- 2) 19 июня 1998 г.;
- 3) 3 июля 1996 г.;
- 4) 12 декабря 1993 г.

2. К мероприятиям внутренней политики В.В.Путина не относится:

- 1) создание федеральных округов;
- 2) реформа верхней палаты Федерального собрания;
- 3) принятие Закона «Об альтернативной гражданской службе»;
- 4) роспуск Конституционного суда РФ.**

3. Социально-экономическое развитие РФ в начале 2000-х гг. характеризуется (исключите лишнее):

- 1) «сырьевым креном» в развитии промышленности;
- 2) отсутствием ответственности крупного бизнеса перед государством и обществом;
- 3) высокой ставкой подоходного налога;**
- 4) углублением социальной дифференциации.

4. Основной задачей развития страны, согласно с предвыборной платформой В.В. Путина в 2000 г., являлось:

- 1) углубление радикальной экономической реформы;
- 2) укрепление «вертикали власти»;**
- 3) курс на сближение с США;
- 4) пересмотр итогов приватизации.

5. Военные операции на территории Чечни (1994-1996 гг.) завершились:

- 1) возвращением Чечни в состав РФ как части конфедеративного государства;
- 2) передачей Чечне ряда территорий соседних субъектов РФ;
- 3) договором о прекращении операции, выводе федеральных войск и отсрочке решения вопроса о статусе Чечни на 5 лет;**
- 4) приходом к власти пророссийских политических сил.

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.
(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

I've divided my presentation into three parts...

- Introduction
- The main part
- Conclusion

ОГСЭ.05 История рекламы

В каком году был принят федеральный закон «О рекламе»? Выберите один правильный ответ.

- A) 1917 г.
- Б) 1991 г.
- В) 1995 г.**
- Г) 2011 г.

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

Соединенные Штаты Америки – это...

- A. страна
- В. Государство**
- С. Общество
- D. ни одно из перечисленных социальных явлений

ЕН.03 Информатика

В состав персонального компьютера входит?

- A. Сканер, принтер, монитор
- В. Видеокарта, системная шина, устройство бесперебойного питания
- С. Монитор, системный блок, клавиатура, мышь**
- D. Винчестер, мышь, монитор, клавиатура

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

Как называется программа файловый менеджер, входящая в состав операционной среды Windows?

- A. Проводник**
- В. Сопровождающий
- С. Менеджер файлов
- D. Windows commander

ОП. 01 Рисунок с основами перспективы

линии, которые больше всего влияют на выразительность рисунка

<p>а. тонкие б. толстые в. пространственные г. штриховые</p>
<p>ОП.03 История изобразительного искусства</p>
<p>1. Какой термин не относится к медиаискусству?</p> <p>1) компьютерная анимация 2) видео-арт 3) лэнд-арт 4) киберформанс</p>
<p>ОП.04 Экономика организации</p>
<p>В бухгалтерском балансе основные средства предприятия отражаются в разделе:</p> <ul style="list-style-type: none"> – внеоборотные активы – оборотные активы – долгосрочные обязательства – краткосрочные обязательства.
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности</p>
<p>Признаками артериального кровотечения являются:</p> <p>А) пульсирующая алая струя крови, быстро расплывающаяся лужа крови алого цвета Б) обильная струя крови темного цвета, сопровождающаяся резким ухудшением состоянием пострадавшего В) обильное истечение крови из всей поверхности раны</p>
<p>ОП.06 Сервисная деятельность</p>
<p><u>Какие услуги могут формироваться и применяться по индивидуальному требованию?</u></p> <p>А. услуги дополнительного продукта В. товары туристского ассортимента С. сопутствующие товары и услуги D. юридические услуги</p>
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности</p>
<p>Социодемографические параметры целевой аудитории включают:</p> <p>А. пол, возраст, образование, уровень дохода В. систему ценностей, стиль жизни С. частоту потребления товара, уровень лояльности торговой марке D. приверженность традициям, склонность к риску</p>
<p>МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика</p>
<p>статика в композиции – это создание зрительной иллюзии а. объёма</p>

<p>б. покоя в. линий г. движения</p>
<p>МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии</p>
<p>1. RAW - формат данных, содержащий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> информацию о настройках и параметрах камеры <input type="checkbox"/> необработанные (минимально обработанные) данные <input type="checkbox"/> сжатые (с потерями или без потерь) данные
<p>МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа</p>
<p>Для передачи в сети web-страниц используется протокол</p> <ul style="list-style-type: none"> A. www B. http C. ftp D. dns
<p>МДК.02.06 Обработка текстовой информации</p>
<p>В какой программе можно создать текстовый документ (отчет по научной работе)?</p> <ul style="list-style-type: none"> A. Windows Word B. Microsoft Word C. Microsoft Excel D. Microsoft Power Point
<p>МДК.03.01 Маркетинг в рекламе</p>
<p>Процесс рекламной коммуникации строится по схеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) фаза кодирования → фаза передачи → фаза воздействия → фаза восприятия; б) фаза кодирования → фаза передачи → фаза восприятия → фаза воздействия; в) фаза восприятия → фаза передачи → фаза воздействия → фаза кодирования; г) фаза восприятия → фаза передачи → фаза кодирования → фаза воздействия.
<p>МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности</p>
<p>Рекламная информация на территории РФ должна распространяться:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. на русском языке B. на государственном языке и по усмотрению рекламодателя на иных языках без искажения её смысла C. на языках народов РФ D. нет верных ответов
<p>УП.03.01 Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта</p>
<p>Стадии жизненного цикла товара называются:</p> <ul style="list-style-type: none"> A. выход на рынок, рост, зрелость, спад (упадок) B. товар, торговая марка, бренд, мегабренд C. товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением D. начальная стадия, стадия конкуренции, стадия поддержки репутации

ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
Количество новаторов среди потребителей товара, как правило, находится в пределах: А. 15-20% В. 9-14% С. 4-8% D. 1-3%
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
1. В каких случаях обращаются к качественным методам прогнозирования? а) отсутствие возможности получить информацию другими методами б) нехватка информации, получаемой количественными методами прогнозирования в) сроки, отведенные на решение проблемы, очень ограничены г) при отсутствии достаточных средств на проведение прогнозов

2) открытые задания(тестовые, повышенной сложности)

ОГСЭ.02 История
<p>1. Прочтите отрывок из книги 1960-х гг. и напишите фамилию автора. «В 10 часов 55 минут «Восток», облетев земной шар, благополучно опустился в заданном районе на вспаханном под зябь поле колхоза ... юго-западнее города Энгельса, неподалеку от деревни Смеловка. Случилось, как в хорошем романе, – мое возвращение из космоса произошло в тех самых местах, где я впервые в жизни летал на самолете. Сколько времени прошло с той поры? Всего только шесть лет. Но как изменились мерил! В этот день я летал в двести раз быстрее, в двести раз выше.» Ответ: Гагарин</p> <p>2. Прочтите отрывок из постановления Пленума ЦК КПСС в июне 1957 г. и укажите фамилии участников названной группы. «Пленум ... рассмотрел вопрос об антипартийной группе ..., образовавшейся внутри Президиума ЦК КПСС ... С целью изменения политической линии партии эта группа антипартийными фракционными методами добивалась смены состава руководящих органов партии ... Они вели ничем не оправданную борьбу против активно поддержанного колхозами ... призыва партии – догнать в ближайшие годы США на производстве молока, масла и мяса на душу населения ...» Ответ: Маленков, Молотов, Каганович</p>

3. Прочтите отрывок из выступления секретаря ЦК ВКП(б) А.А. Жданова перед деятелями советской музыки в 1948 г. и укажите, кто из композиторов был обвинен в отходе от названных задач советской музыки.

«У советских композиторов две в высшей степени ответственные задачи. Главная из них – развивать и совершенствовать советскую музыку. Другая задача состоит в том, чтобы отстаивать советскую музыку от проникновения в нее элементов буржуазного распада. Не надо забывать, что СССР является сейчас подлинным хранителем общечеловеческой цивилизации и культуры против распада и разложения культуры».

Ответ: Прокофьев

4. Прочтите отрывок из постановления Государственного комитета и укажите, в каком году оно было принято.

«В целях защиты жизненно важных интересов народов и граждан СССР... Государственный комитет по чрезвычайному положению в СССР постановляет:

1. Всем органам власти и управления СССР... обеспечить неукоснительное соблюдение режима чрезвычайного положения...»

Ответ: 1991

25. Программа массового освоения в СССР целинных и залежных земель была принята по инициативе _____.

Ответ: Хрущев

ЕН.03 Информатика

средством просмотра web-страниц является

Ответ: браузер

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

Классификация информационных технологий (ИТ) по способу применения средств и методов обработки данных включает (перечислить)

Ответ: базовую ИТ, конкретную ИТ, глобальную ИТ

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Посмотрев первый в мире кинофильм, М. Горький написал следующее: «И вдруг что-то щёлкает, всё исчезает, и на экране является (...), мчится стрелой прямо на вас — берегитесь! Кажется, что вот-вот он ринется во тьму, в которой вы сидите, и превратит вас в рваный мешок кожи, полный измятого мяса и раздробленных костей, и разрушит, превратит в обломки и

<p>в пыль этот зал и это здание, где так много вина, женщин, музыки и порока».</p> <p>Что увидели зрители?</p> <p>Ответ: поезд (прибытие поезда)</p>
<p>ОП.04 Экономика организации</p>
<p>В трудовом коллективе возникла конфликтная ситуация. Противники стараются избегать разговоров. Какой стиль разрешения конфликтов применяют сотрудники?</p> <p>Ответ: уклонение.</p>
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности</p>
<p>Какие преимущества имеет, применяемый в РФ, комбинированный способ эвакуации?</p> <p>Ответ: сокращение сроков эвакуации и наибольший охват населения.</p>
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности</p>
<p>В соответствии с моделью психографического сегментирования VALS, потребители, которых легко может «переманить» новый модный бренд. Они стремятся быть по-настоящему крутыми, открыты для экспериментов и новых товаров. Этот тип потребителей легко можно зацепить креативной рекламой.</p> <p>Ответ: Экспериментаторы</p>
<p>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</p>
<p>Объемное изображение, которое в точности передает существующий (и не только) объект. Желаемый для дальнейшего изображения предмет регистрируется с помощью большого количества лазеров, а потом – воссоздается в другом месте.</p> <p>Ответ: голографическая проекция</p>
<p>МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии</p>
<p>Функция в фотоаппарате, которая позволяет сделать серию снимков с автоматическим изменением какой-то настройки</p> <p>Ответ: брекетинг</p>
<p>МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа</p>
<p>В CorelDRAW при применении эффекта Оболочка (Envelope) к блочному (Paragraph) тексту:</p> <p>Ответ: изменяется форма букв и текстовой рамки</p>
<p>МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии</p>
<p>2. Верно ли, что при использовании формата RAW, сигнал, снятый с матрицы, пишется в виде файла на «флешку»:</p> <p>Ответ: да</p>
<p>МДК.02.06 Обработка текстовой информации</p>
<p>Что означает, если отдельные слова в документе Word подчеркнуты красной</p>

волнистой линией? Ответ: ошибки
УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции
В CorelDRAW для создания дубликата во время перемещения объекта необходимо удерживать клавишу... Ответ: Shift
ПП.02.01 Производство рекламной продукции
В CorelDRAW позволяет выделить те объекты, которые не выделены, или отменить выделение тех объектов, которые выделены, клавиша: Ответ: Shift
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
Продолжите фразу: «Главная составляющая системы маркетинговой коммуникации для любой фирмы – это формирование спроса и стимулирование ...» Ответ: сбыта
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
Совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к потребителю представляет собой рекламный ... Ответ: процесс

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи/ мини-кейсы

ОГСЭ.01 Основы философии
Какой стадии общественного развития по теории А. Дж. Тойнби соответствуют слова из завещания римского императора Септимия Севера сыновьям: «Живите дружно, обогащайте воинов, а на всех остальных не обращайтесь внимания»? Почему? Ответ: Надлом, так как для него характерна изоляция правящего меньшинства от общества и, как следствие, вырождение.
ОГСЭ.02 История
В 70-е гг. была сформулирована идея о том, что в СССР построен «развитой социализм». Почему Л. Брежнев, М. Суслов и другие руководители партии и государства выдвинули эту теорию, ведь они понимали, что она не соответствует действительности? Ответ: Понятие «Развитой социализм» впервые озвучил Леонид Ильич Брежнев 7 ноября 1967 года в докладе на торжественном заседании, посвящённом 50-летию Октябрьской революции. Понятие возникло как потребность «позитивного объяснения» глубокого системного экономического, политического и идейного

кризиса Советского Союза, как попытка отказа от собственных принципов и заявленных программных целей.

ЕН.03 Информатика

Какие функции выполняет пункт Документы Главного меню Windows?

Ответ: Пункт Документы Главного меню выводит список последних открывавшихся документов. Щелчок по названию или значку документа запускает приложение, с помощью которого он был создан и открывает документ

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

К достоинствам топологии типа «кольцо» относятся:

Ответ: небольшая общая длина физической среды, простота организации подтверждения о получении сообщения

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Прочтите приведённые ниже цитаты и определите, о каком виде изобразительного искусства идёт речь.

«Что мне нравится в (...), так это то, что в (...) пойман момент, который ушел навсегда, который невозможно воспроизвести». Карл Лагерфельд

«Для меня (...) – это искусство наблюдения. Речь идет о поиске чего-то интересного в обычном месте ... Я обнаружил, что это имеет мало общего с тем, что вы видите и со всем, что связано с тем, как вы видите». Элиот Эрвитт

«(...) – это открытые двери в прошлое, но они позволяют заглянуть в будущее». Салли Манн

Ответ: фотография

ОП.04 Экономика организации

Определите рентабельность единицы продукции (в %), если плановая себестоимость продукции – 200 руб.; цена единицы продукции 250 рублей.

Ответ в %, округлить до целых.

Решение:

Прибыль на единицу продукции $250 - 200 = 50$ руб.

Рентабельность единицы продукции (изделия) $50 / 200 \times 100 = 25\%$.

Ответ: 25.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Вы собираетесь в лес на прогулку. Какие меры предосторожности вы примете?

Ответ: Перед выходом в лес предупредите родных, куда идете. Если едете в лес на машине, подумайте, хватит ли бензина, чтобы проехать туда и обратно, в кармане, всегда имейте нож, спички в сухой коробочке и часы - они помогут и не паниковать, и ориентироваться, как по компасу. Одевайтесь ярко - в камуфляже вас могут не найти и с трех метров, предпочтительнее рыжие, красные, желтые, белые куртки, хорошо наклеить

<p>светоотражающие полосы или рисунки. Старайтесь не уходить далеко от знакомого маршрута.</p>
<p>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</p>
<p>К вам обратились клиенты с вопросами: нужно ли им использовать SEO или SMM или контекстную рекламу? Подумайте и дайте конкретный ответ в каждом отдельном случае. №1. В Воронеже будет проводиться мастер-класс по фигурной стрижке деревьев 10-12 мая от известного специалиста по ландшафтному дизайну. Ответ: Полезнее всего будет использовать контекстную рекламу, может пригодиться SMM.</p>
<p>ПП.01.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта</p>
<p>К вам обратились клиенты с вопросами: нужно ли им использовать SEO или SMM или контекстную рекламу? Подумайте и дайте конкретный ответ в каждом отдельном случае. №1. ИП Иванова хочет привлечь клиентов в свой магазин женской одежды в ТЦ «Ярмарка». №2 Интернет-магазин автозапчастей «Кореяночка» со складом в Воронеже хочет расширить базу клиентов и увеличить число заказов. Ответ: №1 В данном случае может быть полезным использование SMM. №2 В данном случае оптимальным может быть использование SEO и контекстной рекламы.</p>
<p>МДК.02.06 Обработка текстовой информации</p>
<p>Как перенести фрагмент текста из начала в середину документа Ответ: Вырезать фрагмент текста, поместив его в буфер обмена. Затем установить курсор в середину документа, выполнить команду "Вставить"</p>
<p>МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности</p>
<p>ООО на рассмотрении дела о нарушении ФЗ «О рекламе» заявило, что раз оно не оплачивало, размещённую им рекламу с нарушениями законодательства, то она является всего лишь информацией. Прав ли директор ООО? Ответ: Нет, ООО может быть привлечено на основании положений ст. 38 ФЗ «О рекламе».</p>
<p>ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p>
<p>Представьте, что вам поручили разработать и реализовать проект «Работа-бездомным» от московской благотворительной организации «Ночлежка». Планируется ведение работы по трем направлениям: 1) поиск организаций и структур, которые могут способствовать трудоустройству бездомных; 2) оказание финансовой помощи бездомным; 3) проведение волонтерских акций в поддержку бездомных. Продумайте и охарактеризуйте ЦА проекта, предложите 1-3 месседжа и каналы распространения информации. Ответ:ЦА проекта:владельцы малого, среднего и крупного бизнеса, наемные менеджеры (руководители) различного уровня (могут выступать спонсорами и работодателями), биржи труда и социальные службы (могут способствовать поиску вакансий и решению социальных проблем бездомных), руководители и сотрудники учебных учреждений СПО и ВО (могут участвовать в профессиональной подготовке и переподготовке бездомных), просто неравнодушные к проблеме люди (могут стать волонтерами и пожертвовать деньги или вещи для бездомных). Возможные месседжи: «Дом начинается с работы! Трудоустрой</p>

бездомного - дай ему шанс!" или "Можно постоянно помогать бездомным едой и деньгами, а можно помочь им один раз с трудоустройством и все остальные проблемы они решат сами", "Нет работы- нет дома. Нет дома- нет работы. Помогите разорвать этот порочный круг!"

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.04 Физическая культура

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ЕН.02 Экологические основы природопользования

ЕН.03 Информатика

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Сервисная деятельность

ОП.09 Социология рекламной деятельности

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

МДК.01.03 Язык рекламы

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

ПП.01.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

МДК.02.05 Мультимедийные технологии

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации

ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный

МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг

1) Тестовые задания.

ОГСЭ.01 Основы философии

Выберите правильный вариант ответа:

К свойствам сознания не относится:

- A. идеальность;
- B. интенциональность;
- C. регенерация;**
- D. креативность

ОГСЭ.02 История

1. Итогом первого этапа приватизации государственной собственности в России в 1990-х гг. стало:

- 1) создание условий и организационных структур для осуществления приватизации;
- 2) получение государством значительных доходов от продажи государственной собственности;**
- 3) создание широкого слоя мелких собственников;
- 4) создание конкурентной среды.

2. Объявление чрезвычайного положения в Москве в октябре 1993 г., обстрел Белого дома были связаны с:

- 1) забастовкой шахтеров;
- 2) образованием ГКЧП;
- 3) проведением референдума о сохранении СССР;
- 4) противостоянием между Президентом и Верховным Советом.**

3. Какое изменение в системе государственного устройства Российской Федерации произошло в начале XXI в.:

- 1) был ликвидирован Совет безопасности;
- 2) были созданы территориальные округа;**
- 3) в некоторых субъектах федерации было введено прямое президентское правление;
- 4) увеличены сроки полномочий Президента РФ и Государственной Думы.

4. Одной из основных задач, решавшихся руководством России в 1990-е годы, был(о):

- 1) совершенствование командно-административной системы;
- 2) переход к рыночной экономике;**
- 3) переселение в Россию русского населения из стран СНГ;

4) наращивание ядерных вооружений.

30. Какая черта характеризовала социальную ситуацию в России в период проведения рыночных реформ в начале 1990-х гг.:

- 1) **резкое увеличение неравенства доходов населения;**
- 2) совершенствование системы государственного социального обеспечения;
- 3) введение бесплатного медицинского обслуживания населения;
- 4) улучшение демографической ситуации.

ОГСЭ.04 Физическая культура

Выберите правильный вариант ответа:

Какая из частей физической культуры является самой объемной?

- двигательная реабилитация
- **физическое воспитание**
- спорт
- физическая рекреация

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

В широком смысле слова общество представляет собой...

- A. группу людей, которых объединяют место или случай;
- B. устоявшиеся связи между людьми;
- C. организацию, имеющую общие для всех членов правила;
- D. **совокупность исторически сложившихся форм совместной жизни людей**

ОП.03 История изобразительного искусства

Выберите имя древнегреческого скульптора.

- 1) Овидий
- 2) **Фидий**
- 3) Микеланджело
- 4) Платон

ОП.04 Экономика организации

Определите комбинированный вид иерархического планирования:

- планирование исходит из планов рабочих мест и объединяет их в вышестоящие планы отделов и в общий план предприятия;
- **использование централизованного и децентрализованного планирования;**
- планирование исходит из общего плана предприятия и выводит из него планы отделов и рабочих мест;
- планирование с использованием трендовых моделей.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Дегазация в качестве средства для специальной обработки представляет собой:

- A) удаление радиоактивных веществ
- B) **удаление аварийно-опасных химических веществ**

В) удаление биологических средств
ОП.06 Сервисная деятельность
<p><u>Как называют услуги по организации общения между отдельными людьми и организациями?</u></p> <p>A. социальные B. связи с общественностью C. Коммуникативные D. рекламные</p>
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта
<p><u>Документ, в котором изложены все требования к будущему проекту</u></p> <p>A. ТЗ <u>B. договор</u> <u>C. электронное письмо</u> <u>D. служебная записка</u></p>
МДК.01.03 Язык рекламы
<p>Рекламный стиль находит применение в сфере:</p> <p>а) науки; б) права; в) политики; г) рыночных отношений.</p>
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
<p>1. Фокус-группа - это</p> <p>а) сегмент потребителей, на который направлена реклама в СМИ б) групповое исследовательское интервью в) группа лидеров, которые быстрее, чем массовая аудитория воспринимают рекламные тексты г) группа потребителей, выделяемая для рассылки прямой почтовой рекламы</p>
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
<p>Запрещена реклама...</p> <p>A. наружная и телевизионная финансовых услуг B. радиореклама финансовых услуг C. побуждающая к насилию, агрессии, опасным действиям D. все вышеперечисленное</p>
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
<p>Партисипативность – это</p> <p>а) распределение прибыли в связи с ростом производительности б) проектирование и перепроектирование работ в) вовлечение работников в анализ проблем и их решения г) метод имитации выработки управленческих решений по заданным правилам</p>
МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный
<p>1. В каком случае на документах указывается наименование филиала организации?</p> <p>A. если документ является исходящим; B. если филиал является автором документа; C. в соответствии с уставом организации D. никогда не указывается</p>

3. В каком случае правильно оформлен реквизит «Адресат»:

А. Директору ООО «Дизайн-А» Лагуниной В.А.

В. Директору НПЛ Русакову Ивану Федоровичу 301265, Тульская обл.,

С. г. Липки, Киреевский р-н, ул. Садовая, д. 5, кв. 12 Образцову О.П.

Д. Т.И. Ивановой ул. Чурина, д.14, кв.1, г. Новоуральск, Свердловская обл., 624130

4. В отсутствие руководителя А.И.Петрова документ подписал его заместитель Сидоров, исполняющий обязанности руководителя. Укажите правильный вариант:

А. Директор _____ А.И.Петров

В. За директора _____ А.И.Петров

С. И.о. директора _____ Г.В.Сидоров

Д. верного ответа нет

5. Наименование вида документа» печатается

А строчными буквами;

В. прописными буквами;

С. с заглавной буквы;

Д. заполняется от руки при оформлении конкретного документа

2) открытые задания(тестовые, повышенный уровень сложности)

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

1. Прочтите отрывок из послания президента США, адресованного руководителю СССР, и напишите фамилию этого советского руководителя.

«Уважаемый г-н Председатель,

... Я пришел к выводу, что ключевые элементы... заключаются в следующем:

Вы согласитесь устранить эти виды оружия с Кубы под надлежащим наблюдением и надзором ООН и принять обязательство... прекратить дальнейшую доставку таких видов оружия на Кубу.

Мы, с нашей стороны, согласимся... а) быстро отменить меры карантина, применяющиеся в настоящий момент, и б) дать заверение об отказе от вторжения на Кубу...»

Ответ: Хрущев

27. Прочтите отрывок из статьи историков и напишите фамилию руководителя СССР, о котором идет речь.

«Будучи сам продуктом определенной эпохи, социальной и политической среды, (он) хотел преодолеть ее законы, разрушить ее во многом теми же методами. Сломать бюрократию, действуя бюрократически. Развенчать культ личности Сталина, не отказываясь от создания собственного культа, хотя и без массовых репрессий, но тоже достаточно откровенно».

Ответ: Хрущев

3. Понятие «многопартийности» в отечественной истории второй половины XX в. связано с периодом _____.

Ответ: перестройка

4. Главными экспортными (вывозимыми за границу) товарами России в 1990-е гг. стали _____.

Ответ: газ, нефть

5. Прочтите отрывок из книги журналиста А. Грачева и напишите фамилию государственного деятеля, о котором идет речь.

«За годы пребывания у власти (он) настолько уверил окружающий мир в своей силе, способности творить политические чудеса, что, может быть, поверил в это сам. Вот почему даже после катастрофы августовского путча он надеялся, что может вновь склеить, как разбитую чашку, в эти дни расколотый вдребезги Советский Союз и довести до конца свой проект его демократического обновления».

Ответ: Горбачев

ОГСЭ.04 Физическая культура

Укажите через запятую пропущенные слова в правильном порядке и правильных падежах:

Физическая рекреация – это использование любых видов двигательной активности (физические упражнения, игры, физический труд и т.п.) в целях ... развития и укрепления

Ответ: **физического, здоровья**

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

Выразительные средства рисунка:

Ответ: штрих, линия, контраст

ОП.03 История изобразительного искусства

Назовите один из самых известных памятников древнеримской архитектуры, который представлял собой храм и был посвящён всем античным богам.

Ответ: Пантеон

ОП.04 Экономика организации

В цехе установлено 270 станков. Предприятие работает в 2 смены. В каждую из смен работало по 270 станков. Найти коэффициент сменности. Ответ укажите в виде целого числа.

Пример формата ответа: 3.

Ответ: 2

Первоначальная стоимость объекта основных фондов составляет 600 тыс. руб. Срок полезного использования объекта – 5 лет. Найти сумму годовых амортизационных отчислений.

Ответ укажите в виде целого числа (в рублях).

Пример формата ответа: 150 000.

Ответ: 120 000

. Среднегодовая стоимость ОПФ - 1900 000 рублей. Объем производства продукции - 2700 000 руб., прибыль - 285 000 руб.

Найти: фондорентабельность.

Ответ укажите в виде целого числа (в %).

Пример формата ответа: 10.

Ответ: 15

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Комплекс мероприятий по организованному вывозу (выводу) нетрудоспособного и не занятого в производстве населения, а также рабочих и служащих объектов экономики, прекращающих производственную деятельность, из зоны вероятной или случившейся ЧС в безопасные районы, а также жизнеобеспечение эвакуированных в районе размещения называется.... .

Ответ: эвакуация

ОП.06 Сервисная деятельность

Сервис, который включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);

Ответ: жесткий сервис

ОП.09 Социология рекламной деятельности

В соответствии с моделью психографического сегментирования VALS, консервативные потребители, приверженные однажды сделанному выбору. На этот тип потребителей хорошо воздействует телевизионная реклама и общественное мнение.

Ответ: последователи

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика
Чередование одного, двух, трех одинаковых элементов формы – это.. Ответ: ритм
МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии
Режим фотоаппарата, при котором пользователь устанавливает величину выдержки, а камера автоматически устанавливает диафрагму. Ответ: режим Tv
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
В CorelDRAW щелчок левой кнопкой мыши по уже выделенному объекту дает возможность Ответ: вращать
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
Как называется общий стиль, который создается вокруг бренда и воспринимается потребителями? Ответ: Имидж
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
Коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником (Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации, муниципальным образованием) имущество. Имущество неделимо и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия – это _____. Укажите пропущенное прилагательное + существительное. Пример формата ответа: Коммерческая организация Ответ: Унитарное предприятие
МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы
Ознакомьтесь с текстом из рекламы бренда Glenmorangie: «Чем выше перегонные кубы, тем утонченнее вкус односолодового виски. Наши перегонные кубы – самые высокие в Шотландии». В тексте использована стратегия: Ответ: уникальное торговое предложение
ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
Обязательность указывать все существенные условия договора, в случае указаний одного из условий договора является безусловным для... Ответ: финансовой рекламы
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
Конфликты в организации неизбежны и их надо, воспринимать как должное Ответ: явление.

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи/ мини-кейсы

ОГСЭ.01 Основы философии

Перед Вами цитата из современного детективного романа: «В специальной зоне зэки отличаются от обитателей обычных зон только прошлым, где они имели чины и звания, должности, кабинеты, персональных водителей, секретарш. Эта шелуха отлетела, сдутая приговором, а за проволоку пришли обычные люди из мяса и костей, в обычной зэковской одежде – чёрных бушлатах, непомерно широких, обязательно лоснящихся штанах и тяжелых ботинках. Удостоверения, власть, ордена и медали, многочисленные подхалимы, привычное окружение – всё это кануло в вечность и никакой роли не играет. Важна только сила духа, крепость характера, умение постоять за себя. И прежняя должность может сыграть роль, только совсем не такую, к которой привык её обладатель». Какие типы стратификации противопоставляет автор? Почему?

Ответ: легальный и нелегальный виды кратической
Кратическая концепция происхождения общества связывает этот процесс с тем, что люди от природы имеют различные склонности и способности, которые выражают себя в физической силе, хитрости, стремлении к лидерству, уме. Все эти качества в процессе жизни легко превращаются в «монополии», определяющие тип связей и отношений с другими представителями зарождающегося общества. Наисильнейшие и наихитрейшие получают сразу все блага - лучшую социальную роль, а вместе с ней и лучшую пищу, лучших сексуальных партнеров, большую часть добычи и т. п. Научившись повелевать другими и принимать от них знаки подчинения, лидеры начинают формировать и утверждать систему правил почитания, вождей, процедуру передачи власти, распределения прав и обязанностей остальных членов общества. Устоявшиеся нормы становятся основой социальной организации, определяющей каждому свой социальный статус

ОГСЭ.02 История

В 1985-1986 гг. М. Горбачев, начиная политику «перестройки», постоянно говорил о «совершенствовании социализма». Однако через несколько лет перестройка привела к ликвидации социализма. Почему?
Ответ: Горбачевым были начаты поверхностные экономические и политические реформы без проведения коренных реформ в структуре государства, вследствие накопленных противоречий между центром и республиками СССР распался.

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Искусство этой эпохи вдохновляло художников романтизма, поскольку, в противовес интернациональному классицизму, оно сохраняло локальную

специфику, было проникнуто мистицизмом и символизмом. О каком периоде идёт речь?

Ответ: Средневековье

ОП.04 Экономика организации

Краткосрочные обязательства ООО «Ромашка»:

- задолженность по займу — 900 тыс. руб.;
- кредиторская задолженность — 100 тыс. руб.

Итого: 1 млн руб.

- Оборотные активы:
запасы — 1 млн 900 тыс. руб.;
- денежные средства — 100 тыс. руб.

- Итого: 2 млн руб.

Найти: Коэффициент обеспечения оборотных средств собственными источниками.

Решение: 1 млн : 2 млн = 0,5.

Ответ: 0,5.

ЗАДАНИЕ . Какому термину соответствует следующее определение? _____ - это систематический процесс снижения неопределенности и управления вероятностью реализации событий в проекте

Ответ: Управление рисками.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Вы находитесь на отдыхе, на открытой местности на вас неожиданно напала собака. Ваши действия.

Ответ: нападающей собаке повернитесь лицом, примите боевую стойку или, если уверены в себе, бросьтесь ей навстречу, но ни в коем случае не поворачивайтесь к собаке спиной и не убегайте. Для защиты используйте зонтик, камни, палку, одновременно отступая к укрытию (забору, дому) спиной и призывая на помощь окружающих.

ОП.06 Сервисная деятельность

1. Кого можно отнести к персоналу контактной зоны предприятия сервиса?

Ответ: которых напрямую связана с эффективным общением с клиентами и партнерами. К персоналу контактной зоны относятся:

- сотрудники коммерческой службы (менеджеры по продажам, торговые представители, продавцы- консультанты),
- сотрудники административного отдела (секретари, администраторы, офис-менеджеры),
- сотрудники службы поддержки клиентов (специалисты по работе с клиентами, специалисты по сопровождению, операторы call-центров).

2. Приведите примеры следующих видов сервиса, дав им краткое описание: по времени осуществления (предпродажный, послепродажный)

Ответ: 5 баллов – дано объяснение классификации, приведены реальные примеры

2 балла – нет объяснения классификации или нет примеров 0 баллов – нет ни объяснения, ни примеров
МДК.01.03 Язык рекламы
<p>Ознакомьтесь с кратким описанием рекламируемого объекта. Придумайте название для товара:</p> <p>«Продукт: фруктовый лед без молочной основы с натуральными экстрактами трав и чая. В виде эскимо на палочке. Ценовой сегмент средний. Упаковка и название в совокупности должны создавать образ свежести, натуральности и полезности продукта. Целевая аудитория: увлекающиеся природы, стремящиеся узнать что-то новое, попробовать, почувствовать. Увлекаются танцами, спортом, фитнесом, дайвингом, катанием на лыжах и прыжками с парашютом. Любят посещать культовые места отдыха и потреблять культовые продукты. Поддерживают хорошую физическую форму, с вниманием относятся к тому, что потребляют».</p> <p>Ответ: в названии важно отразить натуральность продукта и использовать лексику, близкую целевой аудитории, например, Frosty flowers, IceGreen, Ice dance.</p>
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
<p>1. Что такое ГРИП?</p> <p>Ответ: область пространства, в которой объекты съемки получаются четкими</p>
ПП.02.01 Производство рекламной продукции
<p>Компания, производящая молочные продукты, планирует запустить рекламную кампанию на телевидении. Какую творческую концепцию вы бы предложили, чтобы привлечь внимание широкой аудитории и повысить узнаваемость бренда?</p> <p>Ответ: 5 баллов - предложено творческое идеально подходящее решение, которое позволяет привлечь внимание и убедить потребителей. Предложенное решение основано на анализе целевой аудитории, конкурентов, бюджета и других факторов, которые могут влиять на эффективность рекламной кампании</p> <p>2 балла - предложена общая идея, которая не учитывает специфику рынка или целевой аудитории, и не может привлечь внимание потребителей и убедить их в необходимости использования продукта</p> <p>0 баллов - не дан ответ на вопрос</p>
МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
<p>Крупная строительная компания, являясь рекламодателем, нарушило законодательство о рекламе. В обязанности заместителя директора по маркетингу входит подготовка рекламы к размещению. При привлечении компании, генеральный директор написал заявление о привлечении заместителя директора, ответственного за подготовку рекламы, а не компании, правомерны ли требования генерального директора?</p> <p>Ответ: Нет, КоАП РФ не предусмотрено переложение ответственности на физическое лицо, если оно действовало от имени юридического.</p>
ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
Целями Федерального закона «О рекламе» являются развитие рынков

товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства и ...

Ответ: реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ЕН.02 Экологические основы природопользования

ЕН.03 Информатика

ОП.01 Рисунки с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Сервисная деятельность

ОП.09 Социология рекламной деятельности

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

МДК.01.03 Язык рекламы

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

МДК.02.05 Мультимедийные технологии

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации

ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

1) Тестовые задания

ОГСЭ.01 Основы философии
Выберите правильный вариант ответа: Августин Блаженный однажды сказал: «Душа приказывает телу, и оно повинуется. Душа приказывает себе – и встречает отпор». С данной точки зрения... А. телесная жизнь главенствует над умственной; В. умственная и телесная жизнь амбивалентны; С. умственная жизнь доминирует над телесной; D. телесная и умственная жизнь никак не связаны.
ОГСЭ.02 История
ОГСЭ.03 Иностранный язык
Match the sentences from a presentation with the correct category of the presentation plan. (Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.) Let me just start by introducing myself. My name is... – <u>Introduction</u> – The main part – Conclusion
ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии
Одним из критериев общества, сформулированных Эдуардом Шилзом, является: А. письменное законодательство; В. знакомство всех членов общества между собой; С. общая система ценностей; D. наличие уважаемых лидеров
ОП.01 Рисунок с основами перспективы
Глазомер, это а. развитое зрительское восприятие б. соотношение частей формы в. разновидности элементов формы г. характерные силуэты предметов
ОП.03 История изобразительного искусства
1. Какая из перечисленных особенностей характерна для искусства Северного Возрождения? 1) светлые пастельные тона 2) восхищение красотой человеческого тела 3) историческая достоверность 4) тяготение к готическому наследию
ОП.04 Экономика организации

Выберите правильный вариант ответа:

Кем выполняется интеграция проекта?

- **руководителем проекта**
- командой проекта
- спонсором проекта
- стейкхолдерами проекта

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Условия жизнедеятельности, при которых уровень опасностей и угроз выходит за рамки приемлемых значений, а безопасность жизнедеятельности становится ниже допустимого уровня:

- А) сверхэкстремальные
- Б) экстремальные**
- В) допустимые

ОП.06 Сервисная деятельность

Нормальное расстояние для бытового общения знакомых людей?

- А. До 45 см
- В. 120-400 см
- С. 45-120 см**
- D. 400-750 см

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Какой из следующих факторов может повлиять на эффективность рекламной кампании?

- А. Цвет фона на сайте компании
- В. Политическая ситуация в стране
- С. Формат распространения рекламы**
- D. Личные взгляды менеджера по маркетингу

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

- 1.Группа, оказывающая прямое или косвенное влияние на отношение или поведение человека, называется:
- а) референтной группой
 - б) главной группой
 - в) дополнительной группой
 - г) малой группой

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

Законодательные акты, регулирующие рекламную деятельность в России...

- А. закон РФ «О рекламе»**
- В. закон РФ «О защите прав потребителей»
- С. закон РФ «О банках и банковской деятельности»
- D. все вышеперечисленное

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

Довод-вампир – это...

- А. Когда кто-либо приводит такой довод, что у второго оппонента уходит вся энергия на контраргументацию
- В. Очень агрессивное и прямое выражение собственного мнения**

<p>С. Когда потребитель при просмотре рекламного ролика видит настолько убедительный образ рекламируемого объекта, что тот мгновенно завладевает его вниманием, и потенциальный покупатель больше не фокусируется ни на чем другом</p> <p>Д. Когда потребитель при просмотре рекламного ролика обращает внимание на менее важный и несущественный довод, пропустив важную с точки зрения рекламодателя информацию</p>
<p>ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p>
<p>Внимание – это...</p> <p>А. Зацикленность на каком-либо объекте, сопровождающаяся постоянными, вынужденными мыслями о нем</p> <p>В. Направленность познавательных ресурсов человека на обработку информации, поступающей от доминантного раздражителя</p> <p>С. Совокупность знаний, опыта в какой-либо научной области</p> <p>Д. Намеренное равнодушное и брезгливое отношение к чему-либо, вызывающему негативные эмоции</p>
<p>МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</p>
<p>Отличительной чертой формальной организации является</p> <p>а) отсутствие единства в действиях ее членов</p> <p>б) жесткое давление на ее членов</p> <p>в) наличие должностных инструкций и предписаний</p> <p>г) сознательная координация действий двух или более лиц</p>
<p>МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный</p>
<p>Рекламодателями выступают:</p> <p>А. только крупные предприятия</p> <p>В. средний и малый бизнес</p> <p>С. государственные и муниципальные учреждения</p> <p>Д. все вышеперечисленное</p>

2) открытые задания(тестовые, повышенный уровень сложности)

<p>ОГСЭ.02 История</p>
<p>ОГСЭ.03 Иностранный язык</p>
<p>Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!</p> <p>(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)</p> <p>'Do you know that man?'</p> <p>'Oh, yes. It is Mark. He (work) in our office, but he has got a new job now.'</p> <p>Ответ: He <u>worked</u></p>
<p>ЕН.03 Информатика</p>

<p>документ специального формата, опубликованный в Internet</p> <p>Ответ: Web-страница</p>
<p>ОП.03 История изобразительного искусства</p> <p>И. Н. Крамской, И. Е. Репин, В. И. Суриков, И. И. Шишкин и многие другие русские художники XIX в. противопоставили себя академистам и создали своё творческое объединение. Как оно называется?</p> <p>Ответ: передвижники</p>
<p>ОП.04 Экономика организации</p> <p>Какая из стратегий управления конфликтов подразумевает минимизацию дисфункциональных последствий конфликта, чтобы конфликт не препятствовал осуществлению проекта?</p> <p>Ответ: оборонительная.</p>
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности</p> <p>Пострадавший внезапно потерял сознание. Дыхание присутствует. Выберите необходимое действие:</p> <p>Ответ:следует уложить пострадавшего в устойчивое боковое положение</p>
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности</p> <p>. В соответствии с моделью психографического сегментирования VALS, потребители, которые приобретают только то, что им действительно нужно. Они ориентированы на приобретение базовых вещей: собственной квартиры, автомобиля, земельного участка. Главное в товаре для них — функциональность в соотношении с его стоимостью и комфортностью использования.</p> <p>Ответ: Практики</p>
<p>МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика</p> <p>Динамика в композиции – это создание зрительной иллюзии</p> <p>Ответ: движения, напряжения</p>
<p>МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа</p> <p>В CorelDRAW для создания квадрата или круга необходимо удерживать клавишу:</p> <p>Ответ: Ctrl</p>
<p>МДК.03.01 Маркетинг в рекламе</p> <p>Как называется стратегия, при которой рекламное сообщение выделяется на фоне других рекламных материалов?</p> <p>Ответ: Дифференциация</p>
<p>МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности</p> <p>Пометка о необходимости консультаций у специалиста при рекламе лекарств должна быть не менее..... эфирного времени</p> <p>Ответ: 3 секунд</p>

ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
<p>Пометка о необходимости консультаций у специалиста при рекламе лекарств должна быть не менее.... площади рекламы</p> <p>Ответ: 7 %</p>
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
<p>Неформальные создаются не распоряжениями и постановлениями руководства, а членами организации в соответствии с их взаимными симпатиями, общими интересами, увлечениями, привычками и</p> <p>т. п.</p> <p>Ответ: группы</p>

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы

ОГСЭ.02 История
<p>Ответ: Неэффективная экономическая политика союза, которая привела к нехватке продуктов и других товаров в магазинах и, следовательно, недовольству граждан; застой в экономике: отсутствие модернизации и эффективных производственных отношений; раскол КПСС и отмена коммунистической идеологии: появляется многопартийность, но не создана единая идеология и система управления; раскол в элите СССР: часть руководящей элиты выступала за сохранение и реорганизацию союза, часть — за его развал.</p>
ОП.03 История изобразительного искусства
<p>1. Прочтите приведённые цитаты. В них речь идёт о направлении живописи, зародившемся в XIX-XX в. и использовавшем совершенно новую технику изображения. Открытия художников были приняты широкой публикой далеко не сразу, а название этого стиля первоначально отражало пренебрежительное отношение: посмотрев на работу К. Моне «Впечатление. Восходящее солнце», один из французских журналистов решил так озаглавить новое направление. Как же оно называется?</p> <p>«Для (...), рисующего с натуры, надо не рисовать <u>предмет</u>, но реализовывать <u>ощущения</u>». Поль Сезанн</p> <p>«(...) – это рождение света в живописи». Роберт Делоне</p> <p>«Люди, упрекающие (...) в отсутствии у них формы, усматривали, конечно, форму явлений, лежащих в воздушном световом пространстве» Казимир Малевич</p> <p>Ответ: импрессионизм</p>

ОП.04 Экономика организации

. В целях оценки финансового состояния компании, реализующей проект, определите значение коэффициента текущей ликвидности, если оборотные активы предприятия составили 8 272 тыс. руб., а Краткосрочные обязательства 14 356 тыс. руб.

Решение: $8\ 272 / 14\ 356 = 0,576$.

Ответ: 0,576%.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

В производственном помещении, где Вы работаете, ощущается резкий запах дыма, горит лампочка пожарной сигнализации. Вам удалось покинуть помещение, но Вашему коллеге повезло меньше, его вытащили из задымленного помещения, на нем тлеет одежда, он без сознания, но дышит. Ваши действия в этой ситуации.

Ответ: Вынесите человека на свежий воздух, уложите, приподняв ноги, освободите от тесной одежды и дайте понюхать нашатырный спирт. Если это не помогло, то вызывается скорая медицинская помощь, а пострадавшему придается устойчивое боковое положение.

ОП.06 Сервисная деятельность

Приведите примеры следующих видов сервиса, дав им краткое описание: по содержанию (жесткий, мягкий).

Ответ: 5 баллов – дано объяснение классификации, приведены реальные примеры

2 балла – нет объяснения классификации или нет примеров

0 баллов – нет ни объяснения, ни примеров

МДК.01.03 Язык рекламы

Ознакомьтесь с кратким описанием рекламируемого объекта. Придумайте название для парка:

«Комплекс экстремальных развлечений, включающий в себя аквапарк, искусственную гору для горных лыж и сноуборда, аэродром и вертолетную площадку, спортивные площадки и другое. Целевая аудитория: мужчины и женщины 21 – 45 лет, уровень достатка средний и выше среднего, занимающие активную жизненную позицию, увлеченные спортивным образом жизни, семьи с детьми, корпоративные команды.

Уникальным торговым предложением для посетителей парка должна стать еженедельная игра, проводимая на его территории и за ее пределами в течение выходных дней, с привлечением имеющейся инфраструктуры развлечений парка».

Ответ: в названии важно отразить уникальные особенности рекламируемого объекта и использовать лексику, близкую целевой аудитории, например, Riders Camp, Calypso.

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

Может ли быть СМИ признано нарушителем законодательства о рекламе в качестве рекламодача в случае, если рекламировались услуги иной компании

Ответ: Да, и в качестве рекламодача, и в качестве рекламопроизводителя, и в качестве рекламораспространителя этой рекламы, в случае, если реальный, фактический рекламоделец не имеет официального договора со СМИ, не подписывал акт приём-передачи работ и заявил об этом.

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

«Зелёный рай» – компания, имеющая три направления деятельности: питомник, оптово-розничная торговля, услуги по озеленению и благоустройству территории. Организация более 10 лет является одним из лидеров по продаже растений в Поволжье. Компания имеет уникальный опыт и в сфере ландшафтного дизайна. География выполненных объектов распространяется на территорию всей Европейской части России.

Социальные сети компании наполнялись контентом стихийно. Сейчас владелец решил систематизировать SMM-коммуникации. Придумайте 5 типов контента для страницы садового центра в социальной сети «ВКонтакте».

Ответ: возможны, например, такие варианты: краткая видеоинструкция по уходу за конкретным видом растения; видеоэкскурсия по территории выполненного проекта с элементами интервью с заказчиком; текстовый пост с актуальным сезонным советом по работам в саду; пост с иллюстрациями на тему правильного соседства растений в саду; конкурс для подписчиков на самое оригинальное ландшафтное решение и т.п.

ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Интернет-магазин, специализирующийся на продаже спортивной одежды, хочет запустить рекламную кампанию в социальных сетях. Какую творческую концепцию вы бы предложили, чтобы привлечь внимание целевой аудитории и увеличить продажи?

Ответ: 5 баллов - предложено творческое идеально подходящее решение, которое позволяет привлечь внимание и убедить потребителей. Предложенное решение основано на анализе целевой аудитории, конкурентов, бюджета и других факторов, которые могут влиять на эффективность рекламной кампании

2 балла - предложена общая идея, которая не учитывает специфику рынка или целевой аудитории, и не может привлечь внимание потребителей и убедить их в необходимости использования продукта

0 баллов - не дан ответ на вопрос

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.\

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.04 Физическая культура

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ЕН.02 Экологические основы природопользования

ЕН.03 Информатика

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Сервисная деятельность

ОП.09 Социология рекламной деятельности

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта
 МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта
 МДК.01.03 Язык рекламы
 МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика
 МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии
 ПМ.02 Производство рекламной продукции
 МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
 МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
 МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
 МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео
 МДК.02.05 Мультимедийные технологии
 МДК.02.06 Обработка текстовой информации
 УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции
 ПП.02.01 Производство рекламной продукции
 ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
 МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
 МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
 МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы
 ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
 ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
 МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
 МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения
 УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта
 ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
 ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
 МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный
 МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг

1) Тестовые задания:

ОГСЭ.01 Основы философии
Британский философ Арнольд Тойнби полагал, что на заре истории любого общества формируется... А. аристократия; В. элита; С. государство; Д. творческое меньшинство
ОГСЭ.02 История
1. Прообразом реформы 1965 г. стала система экономических мероприятий государства, применявшихся в период: 1) 1919–1920 гг.; 2) 1921–1929 гг.; 3) 1929–1930 гг.; 4) 1941–1945 гг.
2. Какова судьба Договора между СССР и США об ограничении стратегических наступательных вооружений, подписанном в Вене 18 июня 1979 г.: 1) США вышли из договора в одностороннем порядке;

2) договор был ратифицирован в течение одного года;

3) договор не вступил в силу;

4) страны нарушали условия договора.

3. Договор ОСВ-2 был подписан лидерами СССР и США:

1) 18 июня 1979 г. в Вене;

2) 26 мая 1972 г. в Москве;

3) 27 октября 1962 г. в Нью-Йорке;

4) 1 августа 1975 г. в Хельсинки.

4. Заключительный акт Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе был подписан в:

1) Вене 18 июня 1979 г.;

2) Москве 26 мая 1972 г.;

3) Москве 29 декабря 1979 г.;

4) Хельсинки 1 августа 1975 г.

5. Одной из форм сотрудничества России с США в 1970-х гг. выступало:

1) оказание военной помощи Кубе и Северной Корее;

2) отказ от конкуренции на мировом рынке вооружений;

3) осуществление совместных космических проектов;

4) проведение совместных широкомасштабных военных учений.

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan.
(Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Well, that brings me to the end of my presentation.

- Introduction
- The main part
- Conclusion

ОГСЭ.04 Физическая культура

Выберите правильный вариант ответа:

Что такое здоровье?

- отсутствие заболеваний
- **состояние физического, психического, социального и душевного благополучия**
- хорошее самочувствие
- состояние нормальной работоспособности

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

Перспектива бывает

а. основной и дополнительной

б. близкой и дальней

в. воздушной и линейной

г. главной и второстепенной

ОП.03 История изобразительного искусства

Гениальный голландский художник, автор выдающихся произведений

«Возвращение блудного сына», «Ночной дозор», «Даная», «Автопортрет с Саскией на коленях» и др.:

А. Рембрандт Хармес Ван Рейн

В. Франс Хальс

С. Клод Лоррен

Д. А. Дюрер

Задание. С творчеством трех художников — Грюневальда (между 1470 и 1475—1528), Дюрера (1471—1528)— связан «золотой век»

А. Немецкого Возрождения

В. Английского Возрождения

С. Итальянского Возрождения

Д. Испанского барокко

Задание . Его творчество, связанное с идеологией народных низов и ересями, исполнено драматической силы, напряжения, динамизма. Мистические образы соседствуют с гуманистическими просветленными

А. Альбрехт Дюрер

В. Босх (ван Акен)

С. Грюневальд (Матис Нитхардт)

Д. Рембрандт

Задание . Произведение, в котором изображение нанесено на бумагу карандашом, тушью:

А. живопись

В. Графика

С. Коллаж

Д. декоративное искусство

Задание. В какой стране началось Возрождение:

А. Франция

В. Германия

С. Италия

Д. Австрия

Задание. Отличительные черты эпохи Возрождения:

А. связь культуры и религии, подчинение человека церкви

В. светский характер культуры, гуманизм, обращение к античности

С. все доступно человеческому разуму, общество подчиняется анализу и разумным законам

Д. лишение человека права на развитие своих способностей

Задание. Художник – импрессионист:

А. Моне К.

В. Гоген П.

- C. Дали С.
- D. Малевич К.

Задание. Театр Кабуки относится к традиционному ... искусству

- A. китайскому
- B. Японскому**
- C. Индийскому
- D. итальянскому

ОП.04 Экономика организации

Выберите правильный вариант ответа:

SWOT– анализ-метод, который позволяет выявить факторы

- внешней среды
- внутренней среды
- **внешней и внутренней среды**
- прямые и косвенные факторы

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Соотношение компрессий грудной клетки и вдохов искусственного дыхания при проведении сердечно-легочной реанимации составляет:

- A) 4-5 надавливаний и 1 вдох искусственного дыхания
- Б) 15 надавливаний и 2 вдоха
- В) 30 надавливаний и 2 вдоха**

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

К достоинствам рекламы на местах продаж НЕ относится:

- (a) заметность
- (b) максимальная приближенность к товару
- (c) большая продолжительность действия**
- d) решение задач по оформлению торгового пространства

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

В CorelDRAW соединяет несколько объектов, сохраняя их заливки, команда:

Ответы: комбинировать

Combine

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

Выберите правильный вариант ответа.

Саморегулирование в рекламной отрасли предполагает:

- A. выработку правил и добровольное следование им участников рекламного бизнеса
- B. отсутствие законодательного регулирования
- C. все вышеперечисленное
- D. нет верного ответа

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

Недобросовестная реклама...

- A. дискредитирует фирмы и граждан, которые не пользуются

рекламируемыми товарами

В. содержит некорректные сравнения с конкурентными товарами

С. вводит потребителей в заблуждение путем имитации рекламы других товаров

Д. верного ответа нет

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

Задачами изучения дисциплины «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

являются:

а) планирование и организация рекламной компании;

б) содействие узнаваемости товара и укрепление доверия к нему;

в) изучение рекламной деятельности в условиях современного рынка;

2) Открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)

ОГСЭ.02 История

1. Прочтите отрывок из воспоминаний руководителя СССР и укажите его фамилию.

«...Вопрос стоял так: или партия открыто по-ленински осудит допущенные в период культа личности... ошибки и извращения, отвергнет те методы партийного и государственного руководства, которые стали тормозом для движения вперед, или в партии возьмут верх силы, цеплявшиеся за старое, сопротивлявшиеся всему новому, творческому. Именно так остро был поставлен вопрос».

Ответ: Хрущев

2. Прочтите отрывок из письма писателя М.М. Зощенко А.А. Жданову и укажите, в какие годы оно было написано.

«...У меня сохранилось несколько тысяч читательских писем. Слова благодарности почти в каждом письме утверждали мое представление, что работа моя не только социально полезна, но и приносит радость... Мне очень трудно сейчас определить, в чем же именно заключаются мои ошибки... Я никаких злых намерений не имел. Да и злоба никогда не питала мою литературу... Я очень подавлен тем, что случилось со мной. Я с трудом возвращаюсь к жизни... Я понимаю всю силу катастрофы... Прошу Вас дать мне возможность работать для советского народа...»

Ответ: конец 1940-х

3. Кто из политических деятелей одержал победу на выборах Президента Российской Федерации в 1996 г.?

Ответ: Ельцин

4. Прочтите отрывок из заявления Президента СССР и напишите сокращенное название объединения государств, о котором идет речь. «В создавшейся ситуации... необходимо, чтобы все Верховные Советы республик и Верховный Совет СССР обсудили... соглашение, заключенное в Минске. Поскольку в соглашении предлагается иная формула государственности, что является компетенцией Съезда народных депутатов СССР, необходимо созвать такой съезд. Кроме того, я бы не исключал и проведение всенародного референдума... по этому вопросу».

Ответ: СНГ

5. Прочтите отрывок из дневников генерал-полковника авиации Н.П. Каманина и напишите фамилию космонавта.

«Но вот объявлена минутная готовность. Ровным, даже каким-то будничным голосом Королев транслирует «Кедру» предпусковые команды: «Ключ на старт!.. Дается зажигание... Подъем!» В ответ звучит: «Поехали!» Пуск прошел безупречно... На четырнадцатой минуте после доклада (космонавта) об окончании работы двигателей третьей ступени мы уже знали – впервые в мире космический корабль с человеком на борту успешно выведен на околоземную орбиту».

Ответ: Гагарин

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'How often does Tom go on a business trip?'

'He ... (travel) abroad once a month.'

Ответ: He travels

ОГСЭ.04 Физическая культура

Какие органы власти присваивают золотой знак отличия комплекса ГТО?

Ответ: федеральные

ОП.03 История изобразительного искусства

Дайте название центру деловой и политической жизни античного Рима

Ответ: Римский форум

Задание 2. Самый большой из древнеримских амфитеатров, ставший символом Рима

Ответ: Колизей

Задание 3. «Храм всех богов», прекраснейший из классических памятников древнеримской цивилизации. Возведенный как языческая молельня, спустя пять веков он стал христианской святыней

Ответ: Пантеон

Задание 4. Один из древних символов российской столицы, уникальный образец русской архитектуры, непревзойденный по оригинальности композиции и декоративного убранства

Ответы: Покровский собор на Рву
храм Василия Блаженного

Задание 5. Знаменитый мавзолей в индийском городе Агра. Это олицетворение любви в архитектуре: построенный шахом в честь своей любимой жены, он воплотил в себе восточную утонченность и гармонию

Ответ: Тадж-Махал

Задание 6. Знаменитая сегодня – символ французской столицы. Трудно поверить, что парижане были против её строительства и несколько раз собирались демонтировать грандиозное сооружение

Ответ: Эйфелева башня

Задание 7. Шедевр ранней французской готики, духовное сердце и визитная карточка Парижа. Расположен в историческом центре города на острове Сите.

Ответы: Собор Парижской Богоматери
Нотр-Дам-де-Пари

Задание 8. Авангардное течение в искусстве, в основе которого лежит сочетание цвета и плоскостных фигур, у истоков которого стоял Казимир Малевич

Ответ: Супрематизм

ОП.04 Экономика организации

Работник приёмного отделения клиники, находящаяся на пенсии, заявила о своём горючем нежелании использовать систему «Квазар» в своей работе. Какой метод влияния этим сопротивлением изменениям предпочтительнее использовать в данном случае, если общение и поддержка не помогли?

Ответ: явное и неявное принуждение

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Для наложения окклюзионной (гермитизирующей) повязки при открытом пневмотораксе можно использовать

Ответ: Пакет перевязочный медицинский

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

Режим фотоаппарата, при котором пользователь устанавливает величину диафрагмы, а камера автоматически устанавливает выдержку Ответ: Режим Av
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
Изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо – это... Ответ: рекламодатель
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
Технологическая эффективность управленческихвыражается в достижении таких целей, как повышение пропускной способности оборудования Ответ: решений

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи/ мини-кейсы

ОГСЭ.02 История
История свидетельствует о том, что все крупные либеральные реформы в истории России – Петра I, Александра II, П.А. Столыпина – заканчивались неудачей. Почему же тогда российская власть прибегает к новым попыткам? Ведь если учитывать исторический опыт, то и реформы 90-х гг. XX в. – начала XXI в. может постигнуть та же участь. Что вы думаете по этому поводу? Ответ: Либеральные реформы, не смотря на их неудачи в краткосрочной исторической перспективе в более долгосрочном масштабе оказывают гораздо большее влияние, выводя страну на принципиально новый качественный уровень, именно поэтому высшее руководство страны будет стремиться к ним снова и снова.
ОП.03 История изобразительного искусства
Искусство эпохи Возрождения привнесло в историю мировой культуры много такого, что сильно повлияло на облик художественных произведений следующих периодов. Какое важнейшее открытие Ренессанса, связанное с изменением принципа организации пространства на картинах, позволило сделать изображения более реалистичными, объёмными? Ответ: прямая перспектива
ОП.04 Экономика организации
Рассчитайте рентабельность проекта, если среднегодовая чистая прибыль составляет 406 000 рублей, общая сумма инвестиций 3 000 000 рублей. Решение: $(406\ 000 / (0,5 * 3\ 000\ 000)) * 100 = 27\%$. Ответ: 27.
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности
Средства коллективной защиты населения – инженерные сооружения гражданской обороны, предназначенные для защиты от оружия массового поражения и других современных средств нападения. Они подразделяются на противорадиационные укрытия, простейшие укрытия и.....

Ответ: убежища
<p>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</p> <p>Каковы характерные черты постмодернизма в дизайне?</p> <p>Ответ: Использование готовых форм Ирония и самоирония Маргинальность Синкретизм Игра</p>
<p>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</p> <p>Автопокрасочная мастерская выводит на потребительский рынок дополнительную услугу – художественная покраска автомобилей с выполнением элементов аэрографии и уникального креативного дизайна. Опишите потенциальную целевую аудиторию данной услуги.</p> <p>Ответ: можно выделить несколько сегментов данной услуги, один из них, например, может быть описан следующим образом: молодые люди 25-35 лет, увлеченные темой автотюнинга, автоспорта, возможно, мечтающие участвовать в гонках. Они относятся к автомобилю как к инструменту демонстрации их имиджа, хотя, чтобы он привлекал к себе внимание уникальным дизайнерским решением.</p> <p>Ко второму сегменту относятся владельцы небольшого бизнеса, рассматривающие корпоративные автомобили как рекламные носители для своей компании</p>
<p>МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения</p> <p>В задачи СО-специалиста входит создание информационных поводов, интересных СМИ и широкой общественности. Укажите, какие источники чаще всего использует СО-специалист для решения этой профессионально-творческой задачи?</p> <p>Ответ: календарь праздников, в том числе профессиональных и корпоративных; коллаборации (взаимодействие с другими компаниями и ведомствами, прямыми и косвенными конкурентами); работа со стейкхолдерами (образовательными и госучреждениями, НКО, активистами и др.); создание пула корпоративных амбассадоров и ЛОМов; знание персонала компании.</p>

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.01 Основы философии

ОГСЭ.02 История

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.04 Физическая культура

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ЕН.03 Информатика

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

ОП.06 Сервисная деятельность

ОП.09 Социология рекламной деятельности

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
 МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта
 МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта
 МДК.01.03 Язык рекламы
 МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика
 МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии
 ПП.01.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта
 ПМ.02 Производство рекламной продукции
 МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
 МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
 МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
 МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео
 МДК.02.05 Мультимедийные технологии
 МДК.02.06 Обработка текстовой информации
 УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции
 ПП.02.01 Производство рекламной продукции
 ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
 МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
 МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности
 МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы
 МДК.03.04 Реклама в средствах массовой информации
 ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
 ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
 МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
 МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения
 УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта
 ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
 ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
 МДК.05.01 Введение в профессию Агент рекламный
 МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг

1) Тестовые задания

ОГСЭ.01 Основы философии
<p>Немецкий философ Макс Вебер выделял такие ветви социальной стратификации как...</p> <p>А. экономическая, статусная, кратическая; В. сословная, классовая, кастовая; С. рабовладельческая, феодальная, капиталистическая; D. семейная, родовая, племенная.</p>
ОГСЭ.02 История
<p>1. Что объединяет даты 1965, 1987, 1992 гг. в истории СССР, России:</p> <p>1) проведение экономических реформ; 2) принятие Конституции государства; 3) проведение съездов народных депутатов; 4) кризисы в отношениях СССР, РФ с другими государствами.</p> <p>2. Обострение отношений СССР со странами Запада в 1960-е гг. произошло в связи с:</p> <p>1) вводом советских войск в Чехословакию;</p>

- 2) присоединением к СССР новых территорий;
- 3) восстановлением отношений с Югославией;
- 4) расколом Германии на два государства.

3. Что послужило одним из факторов деградации советской экономической модели в 1970-е – середине 1980-х гг.:

- 1) **сверхцентрализованная директивная система управления экономикой;**
- 2) преимущественное внедрение новых технологий в сельское хозяйство;
- 3) попытки введения элементов рыночной экономики;
- 4) высокая производительность труда работников.

4. В 1956 г., 1968 г., 1979 г. произошли события, связанные с:

- 1) **проведением в СССР политических реформ;**
- 2) введением советских войск на территорию других государств;
- 3) принятием Конституции СССР;
- 4) достижениями СССР в освоении космоса.

5. Советско-китайский вооруженный конфликт в конце 1960-х гг. произошел:

- 1) на подступах к Харбину;
- 2) **на острове Даманский;**
- 3) у реки Халхин-Гол;
- 4) у озера Хасан.

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Match a sentence from a presentation with the correct category of the presentation plan. (Укажите категорию, к которой относится предложение из презентации.)

Let's now look at the next slide which shows....

- Introduction
- The main part
- Conclusion

ОГСЭ.04 Физическая культура

Выберите правильный вариант ответа:

Главная задача, решаемая на занятиях по физической культуре?

- стать чемпионом
- получить материальное вознаграждение
- **укрепить здоровье и общее физическое развитие**
- побить рекорд

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

Конструкция предметных форм, это

- а. внешняя поверхность
- б. плоскостное изображение предметов

<p>в. каркас формы в перспективе, связывающий отдельные части в единое целое г. сложный ракурс предметных форм</p>
<p>ОП.03 История изобразительного искусства</p>
<p>Из перечисленных терминов выберете те, которые относятся к античной архитектуре.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) пагода, чивэнь, доугун 2) розетка, шпиль, аркбутан 3) колонна, фронтоны, портик 4) наличники, сухарики, кокошники
<p>ОП.04 Экономика организации</p>
<p>Конкурентная стратегия _____ предполагает форму развития бизнеса, подразумевающую выбор одного сегмента в отрасли и удовлетворение потребностей этого сегмента с большей эффективностью, чем это могут сделать конкуренты.</p> <ul style="list-style-type: none"> - фокусирования; - дифференциации; - лидерства в издержках; - снятия сливок.
<p>ОП.05 Безопасность жизнедеятельности</p>
<p>Вывоз рабочих и служащих объектов экономики, продолжающих работу в зоне ЧС, в безопасные районы для проживания и отдыха:</p> <ol style="list-style-type: none"> А) эвакуация Б) отселение В) рассредоточение
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности</p>
<p>Какое из следующих понятий является ключевым для эффективной творческой концепции рекламного продукта? \</p> <ol style="list-style-type: none"> А. Целевая аудитория В. Размер бюджета на рекламу С. Известность бренда Д. Количество продаж компании в прошлом году
<p>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</p>
<p>. Какой из следующих элементов является основой творческой концепции рекламного продукта?</p> <ol style="list-style-type: none"> А. цена В. Конкуренты С. уникальное предложение Д. производственные мощности
<p>МДК.02.06 Обработка текстовой информации</p>
<p>Выберите правильный вариант ответа.</p>

«Наименование вида документа» печатается

- A. строчными буквами;
- B. прописными буквами;
- C. с заглавной буквы;
- D. заполняется от руки при оформлении конкретного документа

МДК.03.01 Маркетинг в рекламе

Рекламный процесс представляет собой:

- а) процесс создания рекламной продукции;
- б) комплекс мероприятий, направленный на какой-либо сегмент рынка;
- в) деятельность по определению контингента товаров и услуг, нуждающихся в рекламе.

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

В соответствии с законодательством РФ, ненадлежащая реклама или отказ от контррекламы влекут:

A. административную ответственность

B. уголовную ответственность

C. все вышеперечисленное

D. нет верного ответа

Законом РФ «О рекламе» контроль за соблюдением законодательства о рекламе возложен:

A. на Федеральную антимонопольную службу

B. на Роспотребнадзор

C. на комитет по защите прав потребителей при администрации города (области)

D. на Роскомнадзор

Задание 7. Недостоверная реклама:

A. играет на подростковых трудностях

B. содержит сведения не соответствующие действительности

C. унижает целевую аудиторию

D. нет верного ответа

Задание 8. Неэтичная реклама:

A. реклама, не соответствующая моральным принципам и нравственным устоям общества

B. порочит объекты искусства

C. все вышеперечисленное

D. нет отдельного определения в законе

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

Выберите правильный вариант ответа:

Что такое мотив?

- A. внезапное решение
- B. опредмеченная потребность**
- C. желание, навязанное другим человеком
- D. обезличенная потребность

ПП.03.01 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
Скрытая реклама: A. не осознается потребителем как реклама B. нарушает общепринятые нормы гуманности и морали C. ее невозможно увидеть D. нет верного ответа
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
К какой функции относится разработка новых товаров и услуг: а) маркетинг б) дилерская услуга в) инновация г) производство

2) открытые задания(тестовые, повышенной сложности)

ОГСЭ.02 История
<p>1. Как называлось произведение И.Г. Эренбурга, ставшее названием одного из периодов отечественной истории второй половины XX в.? Ответ: «Оттепель»</p> <p>2. Ю.П. Любимов, Г.А. Товстоногов известны как выдающиеся деятели отечественной культуры в сфере _____. Ответ: театр</p> <p>3. Прочтите отрывок из постановления Президиума Союза писателей СССР, принятого в 1958 г., и укажите фамилию писателя, о котором идёт речь. «(Его) литературная деятельность давно иссякла в эгоцентрическом затворничестве, в самоизоляции от народа и времени. Роман «Доктор Живаго», вокруг которого поднята пропагандистская возня, обнаруживает только непомерное самомнение автора при нищете мысли... (Он) порвал последние связи со своей страной и её народом... Присуждение (ему) Нобелевской премии, по существу, за роман «Доктор Живаго»... в действительности подчёркивает политическую сторону нечистоплотной игры реакционных кругов... Президиум правления СП СССР, бюро СП РСФСР... лишают (его) звания советского писателя, исключают его из числа членов СП СССР (принято единогласно)». Ответ: Пастернак</p> <p>4. Прочтите отрывок из заявления ТАСС и назовите фамилию руководителя СССР, при котором было сделано данное заявление.</p>

«Дальнейшее обострение обстановки в Чехословакии затрагивает жизненные интересы Советского Союза и других социалистических стран, интересы безопасности государств социалистического содружества.

Братские страны твердо и решительно противопоставляют любой угрозе свою нерушимую солидарность. Никогда и никому не будет позволено вырвать ни одного звена из содружества социалистических стран».

Ответ: Брежнев

5. Прочтите отрывок из воспоминаний бывшего Председателя КГБ СССР В.Е. Семичастного и укажите, о подготовке отставки какого руководителя СССР рассказывает автор.

«Организаторы хорошо понимали, что без КГБ начинать все не следует. Насколько мне известно, за неделю до начала октябрьского ... Пленума состоялся разговор с Косыгиным, чтобы выяснить его позицию, и первый же вопрос, который он задал, был «А с кем КГБ?». И когда ему сказали, что мы об этом информированы, он сказал: «Я согласен»... Приезжаю в Кремль ... заменили охрану в приемной Хрущева, а затем на квартире, на даче. Затем говорю заместителю начальника охраны: «Сейчас началось заседание Президиума. Ни одной команды, ни одного распоряжения без моего ведома не давать. Запрещаю. Таково указание руководства ЦК». Он меня понял. И никаких эксцессов не было».

Ответ: Хрущев

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Have you finished the report yet?'

'Yes, I..... (give) it to you in a minute.'

Ответ: I will give

ОГСЭ.04 Физическая культура

Укажите пропущенное слово в правильном падеже:

Гиподинамия – это состояние, когда организм испытывает ... двигательной активности.

Ответ: **дефицит / недостаток**

ОП.03 История изобразительного искусства

1. Как называется пейзаж, на котором изображены морские виды?

Ответ: **марина**

ОП.04 Экономика организации
<p>Молодой врач-невролог отличается креативностью мышления, занимается иной деятельностью, генерирует множество интересных идей. Какую динамическую роль в проектной группе по внедрению изменений он может сыграть?</p> <p>Ответ: суперинноватора.</p>
ОП.05 Безопасность жизнедеятельности
<p>Как называется временное затопление водой участков суши в результате подъема уровня воды в реках, озерах, морях?</p> <p>Ответ: Наводнение</p>
ОП.09 Социология рекламной деятельности
<p>Как называется процесс определения основных характеристик целевой аудитории?</p> <p>Ответ: сегментация</p>
МДК.01.03 Язык рекламы
<p>Какому (-им) требованию (-ям) не отвечает название фирмы по установке жалюзи "Форель":</p> <p>Ответ: адекватности;</p>
ПП.01.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта
<p>Вам предстоит подготовить бриф. Включать ли в него следующие пункты: ваша ЦА, ваши конкуренты, общая информация о компании?</p> <p>Ответ: Да, включать.</p>
МДК.03.01 Маркетинг в рекламе
<p>. Реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и...</p> <p>Ответ: его продвижение на рынке</p>
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
<p>Технологическая эффективность управленческих выражается в достижении таких целей,</p> <p>как повышение пропускающей способности оборудования</p> <p>Ответ: решений</p>
МДК.05.02 Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг
<p>1. Подразделение компании, отвечающее за сбыт продукта</p> <p>Ответ: отдел продаж</p>

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи/ мини-кейсы

ОГСЭ.02 История

В самом конце 1999 г. Б. Ельцин объявил о своем уходе с поста главы государства. Почему? Ведь его президентский срок заканчивался лишь спустя два года?

Ответ: Главная причина – состояние здоровья и проблемы с сердцем. Также повлияло наличие достаточно хорошей команды и возможного приемника.

ОП.03 История изобразительного искусства

Прочитайте фрагмент текста и определите, о каком направлении в искусстве идёт речь.

Это направление авангардного искусства возникло в XX веке. Среди самых известных его представителей – Сальвадор Дали и Рене Магритт. На картинах этих авторов реальность представлена в каком-то другом, фантастическом виде, она не противостоит сну, а соединяется с ним воедино. Большое влияние на это направление оказал психоанализ.

Ответ: сюрреализм

ОП.04 Экономика организации

Определите долю рынка компании, реализующей проект, если ее розничный объем товарооборота составил 10 млн. руб., а общий объем розничного товарооборота на рынке 25 млн. руб. Приведение расчетов.

Решение: $10/25 \cdot 100 = 40\%$.

Ответ: 40%.

ОП.05 Безопасность жизнедеятельности

Работающий рядом с Вами человек на рабочем месте подвергся действию электрического тока, он без сознания.

Ответ: Обеспечьте свою безопасность. Наденьте сухие перчатки, резиновые сапоги. По возможности отключите источник тока. При подходе к пострадавшему по земле идите мелкими, не более 10 см, шагами. Сбросьте с пострадавшего провод сухим токонепроводящим предметом. Оттащите пострадавшего за одежду не менее чем на 10 метров от места касания проводом земли или от оборудования, находящегося под напряжением. Вызовите «скорую помощь». Проверьте сознание, если его нет, то проверьте наличие дыхания, если его нет, то приступайте к слр.

МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности

Фармацевтическая компания (1) разместила на своём сайте рекламу, выполненную в виде сравнения двух конкретных конкурирующих на рынке моделей одного и того же товара. При этом указав, что товар конкурента (2) хуже аналогичного товара представленной компании (1). Может ли быть привлечена компания (1) за нарушение законодательства о рекламе?

Ответ: Нет, в указанном случае компания (1) должна быть привлечена к

ответственности по ст.14 ФЗ «О защите конкуренции».

МДК.03.03 Проектная деятельность в сфере рекламы

Компания, производящая экологически чистые товары для дома, хочет запустить рекламную кампанию. Какую творческую концепцию вы бы предложили, чтобы привлечь внимание потребителей и убедить их в необходимости использования экологически чистых продуктов?

Ответ: 5 баллов - предложено творческое идеально подходящее решение, которое позволяет привлечь внимание и убедить потребителей. Предложенное решение основано на анализе целевой аудитории, конкурентов, бюджета и других факторов, которые могут влиять на эффективность рекламной кампании
2 балла - предложена общая идея, которая не учитывает специфику рынка или целевой аудитории, и не может привлечь внимание потребителей и убедить их в необходимости использования продукта
0 баллов - не дан ответ на вопрос

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

Еще в период Римской Республики Квинт Туллий Цицерон наставлял своего брата Марка: «...следует сказать о молве, о которой надо весьма заботиться... имеет значение для прославления твоего имени: слава красноречия, расположение откупщиков и сословия всадников, благожелательное отношение знати, привлекательность для молодежи, настойчивость тех, кого ты защитил ... чтобы говорили и думали, что ты хорошо знаешь людей, приветливо обращаешься к ним, настойчиво и тщательно добиваешься избрания, благожелателен и щедр; твой дом, с ночи заполненный посетителями, привлекательность для разнообразных людей, когда твоими речами удовлетворены все, а делом и помощью – многие; пусть то, что можно выполнить, делается трудолюбиво, искусно и тщательно, не для того, чтобы молва распространялась от этих людей к народу, но для того, чтобы сам народ жил среди этих стремлений...»

Вопрос: о какой технологии массовой политической коммуникации, говоря современным языком, идет речь в указанном наставлении?

Ответ: технологии построения имиджа.

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

Торговый центр «Аксиома» организует празднование Дня Рождения торгового центра. Для этого руководство ТЦ организует концерт, приглашает исполнителей из Москвы, проводит лотерею с розыгрышем призов среди покупателей торгового центра (имеющих чеки), нанимает детских аниматоров и закупает подарки для детей. Призы предоставляют якорные арендаторы торгового центра «Аксиома» и компания, экспонирующая в нем автомобили «КМ/Ч». Кроме того, проводится рекламная кампания в наружной рекламе, на Воронежском радио и на ТВ-Губерния, информирующая воронежцев о предстоящем мероприятии. Какие метрики можно использовать для того, чтобы оценить эффективность данного мероприятия для арендаторов ТЦ «Аксиома»?

Ответ: можно измерить проходимость (счетчики на входе в ТЦ) в дни празднования и сравнить с аналогичным периодом без каких-либо стимулирующих мероприятий. Можно провести опрос посетителей и якорных арендаторов на предмет повышения лояльности к ТЦ. Кроме того, можно опросить арендаторов на предмет экономической эффективности данного мероприятия (увеличения количества покупок, увеличения среднего чека и т.п.).

ОК 10 Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний для юношей).

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.03 Иностранный язык

ОГСЭ.04 Физическая культура

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.01 Математика

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.06 Сервисная деятельность

ОП.09 Социология рекламной деятельности

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

МДК.02.05 Мультимедийные технологии

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

42.02.01 Реклама Внутренняя оценка качества образования (ФОС для проверки компетенций СПО Реклама)

1) тестовые задания

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Read the text below and choose the sentence which best summarizes its main idea.
(Прочитайте текст и выберите предложение, которое наиболее точно выражает основную идею текста.)

I wish I had a hobby. I like everything but I am not really fascinated by anything in particular. My dad drives a taxi. He says all the drivers have hobbies as they often get hours of waiting between jobs. Some play chess, or learn languages or teach themselves how to play the guitar. I would like to have something like that. I hope one day I'll find something really distracting.

- Sometimes we need to travel to enjoy our hobby.
- Hobbies can sometimes change one's life.
- Hobbies can be the result of pure chance.
- It is not easy to focus on one hobby.

ОГСЭ.04 Физическая культура

ЗАДАНИЕ. Выберите правильный вариант ответа:

Физическая нагрузка увеличивает

- **продолжительность сна**
- прочность суставов
- количество суставов
- длину суставов

ЗАДАНИЕ. Выберите правильный вариант ответа:

Целью ГТО является

- **укрепление здоровья, гармоничное и всестороннее развитие личности, воспитание патриотизма**
- выполнение спортивных и массовых разрядов
- получение максимального количества населения знаков отличия ГТО
- обучение разным видам спорта и видам физической активности

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

горизонтальный или вертикальный форматы в рисунке зависят от:

- а. конструкции изображаемых предметов
- б. перспективного построения
- в. конфигурации предметов
- г. соотношение высоты и длины всех предметов в целом**

ОП.04 Экономика организации

Общая среднегодовая стоимость ОПФ хлебобулочного предприятия составляет 58240 тыс. руб. В том числе:

- машины и оборудование – 600 т.р.;
- здания – 2450 т.р.;
- транспортные средства – 510 т.р.;
- инструменты – 250 т.р.

Найти стоимость активной части ОПФ.

- A. 1360 тыс. руб.;**
- B. 3810 тыс. руб.
- C. 1610 тыс. руб.;
- D. 3160 тыс. руб.

. В цехе установлено 50 станков, число рабочих дней в месяце – 20, отработано за месяц 1830 станко-смен. Найти коэффициент сменности.

- A. 1,83**
- B. 1,63
- C. 2,83
- D. 2,63

. Первоначальная стоимость объекта основных фондов составляет 600 тыс. руб. Срок полезного использования объекта – 5 лет. Найти сумму годовых амортизационных отчислений.

- A. 120 тыс. руб.**
- B. 810 тыс. руб.
- C. 160 тыс. руб.
- D. 360 тыс. руб.

Стоимость ОПФ на начало года – 2500 тыс. руб., на конец года – 3000 тыс. руб. Введены фонды на 600 тыс. руб., выбыли на – 100 тыс. руб. Найти: коэффициент обновления ОПФ.

- A. 20%
- B. 30%
- C. 40%
- D. 50%

ОП.06 Сервисная деятельность

К какой группе рекламодателей можно отнести Воронежский филиал ПАО «Ростелеком»:

- A. **производители товаров и услуг;**
- B. торговые организации, посреднические фирмы
- C. политические партии и общественные организации;
- D. государственные структуры

ОП.09 Социология рекламной деятельности

Выберите правильный вариант ответа:

Витальные потребности – это...

- E. Духовные потребности
- F. Физические потребности
- G. Умственные потребности
- H. **Биологические потребности**

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Что означает свойство товарного знака «универсальность, технологичность»?:

- a. ТЗ должен иметь оригинальное начертание
- b. ТЗ должен быть адаптирован под культуру определенной страны
- c. **ТЗ должен хорошо выглядеть в любом масштабе, а также как в цветном, так и в черно-белом исполнении**
- d. ТЗ должен быть лаконичным

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

Федеральная антимонопольная служба РФ выполняет функцию контроля:

- A. **за соблюдением антимонопольного законодательства в сфере рекламы;**
- B. за налогообложением рекламодателей и рекламопроизводителей;
- C. за соблюдением прав и законных интересов сотрудников рекламного агентства
- D. за распределением рекламного бюджета в государственных структурах

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

Семплинг - это:

- A. бонус за покупку
- B. **раздача пробных образцов**
- C. Дегустация
- D. подарок за покупку

Укажите вариант событийного маркетинга (Event-маркетинга):

- A. раздача листовок;
- B. рассылка промопродукции;
- C. проведение презентаций;**
- D. проведение лотерей

. В каком масштабе работает региональное рекламное агентство:

- A. на несколько стран;
- B. на одну страну;
- C. на один регион;**
- D. на один город

ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Выберите правильный вариант ответа

Как называют подразделение рекламного агентства, в котором разрабатывают идею рекламного продукта:

- A. медийный отдел;
- B. маркетинговый отдел;
- C. творческий отдел**
- D. CRM-отдел

Задание 2. Как называют подразделение рекламного агентства, в котором проводят исследования рынка:

- A. медийный отдел;
- B. маркетинговый отдел;**
- C. творческий отдел;
- D. CRM-отдел

Задание 3. Выберите только ту услугу, которую может выполнить BTL-агентство:

- A. размещение наружной рекламы;
- B. размещение рекламы на ТВ;
- C. проведение дегустации**
- D. создание рекламы для печатных СМИ.

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности)

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Read a part of the conversation between two colleagues and put the verbs in brackets into the correct tense. Mind the correct spelling, use low case letters and do not use short forms!

(Прочитайте часть разговора двух коллег и поставьте глаголы в скобках в правильном времени. Следите за правописанием, используйте строчные буквы и не используйте краткие формы!)

'Where is Linda?'

'She ... (talk) on the phone when I saw her.'

Ответ: She was talking

ОГСЭ.04 Физическая культура

ЗАДАНИЕ Укажите пропущенное словосочетание в правильном падеже:
За выполнение нормативов, овладение знаниями и умениями определенных ступеней Комплекса ГТО гражданам России вручают

Ответ: знак отличия

ЗАДАНИЕ Какая дистанция (в метрах) на выносливость для женщин в обязательных испытаниях (тестах) есть в VI степени ВФСК ГТО?
(укажите целое число цифрами)

Ответ: 2000

ОП.03 История изобразительного искусства

Кто из отечественных поэтов работал в организации, которую сегодня можно было бы назвать рекламным агентством?

Ответ: Маяковский

ОП.04 Экономика организации

Общая среднегодовая стоимость ОПФ хлебобулочного предприятия составляет 58240 тыс. руб. В том числе:

- машины и оборудование – 600 000 руб.;
- здания – 2450 000 руб.;
- транспортные средства – 510 000 руб.;
- инструменты – 250 000 руб.

Найти стоимость активной части ОПФ.

Ответ укажите в виде целого числа (в рублях).

Пример формата ответа: 1 250 000.

Ответ: 1 360 000

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Возможно ли использование социальных посылов в коммерческой рекламе?

Ответ: возможно

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

. организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечения прибыли.

Ответы: некоммерческая организация
НКО

. НКО, которые создаются добровольным соглашением граждан, чтобы удовлетворить духовные и другие нематериальные потребности.

Ответ: Общественные и религиозные организации

. НКО, с помощью которых малые народы России объединяются по признаку родства, территориальной близости для сохранения культуры и традиционно принятого жизненного уклада.

Ответ: Общины малочисленных коренных народов РФ

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

. НКО, которые формируются за счет добровольных вкладов граждан или юридических лиц с целью проведения благотворительности, поддержки культурно-образовательных мероприятий и др. (например, ДоброСвет)

Ответ: Благотворительный фонд

. НКО, которые учреждаются РФ за счет материального вноса. Образуются для внедрения общественно важных функций, в том числе управленческих и социальных.
(Например, Ростех)

Ответ: Государственные корпорации

. НКО, которые формируют с целью оказания общественно нужных услуг в разных социальных сферах.

Часто различные частные школы и проч

Ответ: Автономные некоммерческие организации

. НКО, которые создают для защиты совместных, чаще профессиональных, интересов их членов.

Ответ: Ассоциации и союзы

ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Задание 1. Специалист, который выполняет функцию написания рекламного текста

Ответ: Копирайтер

Задание 2. Специалист, который организует и координирует взаимоотношения рекламодателей и рекламных посредников

Ответ: Агент рекламный

Задание 3. Специалист, который закупает рекламное пространство в средствах распространения рекламы

Ответ: Медиабайер

Задание 4. Специалист, который проводит исследования рынка

Ответ: Маркетолог

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи/ мини-кейсы

ОГСЭ.03 Иностранный язык

Read the text below and write the main idea of the text in 1-2 sentences in English. Mind the spelling.

(Прочитайте текст и напишите главную идею текста в 1-2 предложениях на английском языке. Следите за правописанием.)

Online education is not for everyone. On the one hand, online education offers flexibility for people who have work or family responsibilities outside of school. Often, students enrolled in online education programs are able to work at their own pace. Online education programs may also be cheaper than traditional programs.

On the other hand, online education has its cons. Students involved in online education often complain that they miss the direct, face-to-face interaction found on traditional campuses. Since coursework is generally self-directed, it is difficult for some online education students to stay engaged and complete their assignments on time.

Вариант ответа:

The text mentions the advantages and disadvantages of online education.

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Придумайте название и слоган секции по начальной военной подготовке для мальчиков 8-12 лет.

Ответ: 5 баллов - выбранное название и слоган адекватны тематике и оригинальны

2 балла - выбранное название и слоган не адекватны тематике или не оригинальны

0 баллов – ответа нет

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

В каком случае можно не проставлять заголовок к тексту документа?

Ответ: если текст составляет один небольшой абзац;
если документ оформлен на бланке формата А5

Задание 2. Приведите пример благотворительного фонда, расскажите о цели его создания

Ответ: 5 баллов - выбранное НКО относится к данному типу, правильно названа его цель

2 балла - выбранное НКО относится к данному типу, неверно названа его цель

0 баллов – ответа нет или подобрано НКО иного типа

Задание 3. Приведите пример профессионального союза (ассоциации), расскажите о цели его создания

Ответ: 5 баллов - выбранное НКО относится к данному типу, правильно названа его цель

2 балла - выбранное НКО относится к данному типу, неверно названа его цель

0 баллов – ответа нет или подобрано НКО иного типа

Задание 4. Приведите пример государственной корпорации, расскажите о цели ее создания

Ответ: 5 баллов - выбранное НКО относится к данному типу, правильно названа его цель

2 балла - выбранное НКО относится к данному типу, неверно названа его цель

0 баллов – ответа нет или подобрано НКО иного типа

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

Объясните чем целевая аудитория любого крупного предприятия отличается от аудитории малого бизнеса.

Ответ: Она шире. Туда входят

- покупатели и клиенты (чем, крупнее компания, тем больше сегментов задействовано, отдельного внимания требует b2b сектор) ;
- Представители власти (возрастает значение лобби);
- Общество (экологи, активисты и проч);

- Финансовые организации;
- Инвесторы;
- Партнеры;
- Сотрудники компании

В каких аспектах заключается работа по формированию внутреннего имиджа компании:

Ответ: • Корпоративная культура (Корпоративный кодекс, гимн, айдентика и проч. Атрибуты)

- Корпоративные СМИ;
- Корпоративные мероприятия (праздники, тимбилдинг);
- Корпоративное обучение;
- Система материальных и нематериальных поощрений

ОК 11 Владеть основами предпринимательской деятельности.

Период окончания формирования компетенции: 7 семестр

Перечень дисциплин (модулей), практик, участвующих в формировании компетенции:

ОГСЭ.05 История рекламы

ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии

ЕН.02 Экологические основы природопользования

ЕН.03 Информатика

ЕН.04 Информационные технологии в профессиональной деятельности

ОП.01 Рисунок с основами перспективы

ОП.02 Живопись с основами цветоведения

ОП.03 История изобразительного искусства

ОП.04 Экономика организации

ОП.07 История и теория дизайна

ОП.08 Документационное обеспечение управления

ОП.09 Социология рекламной деятельности

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

МДК.01.03 Язык рекламы

МДК.01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика

МДК.01.05 Фотодизайн и техника фотографии

ПМ.02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

МДК.02.05 Мультимедийные технологии

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

УП.02.01 Практические основы производства рекламной продукции

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения

УП.04.01 Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПП.04.01 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

1) тестовые задания:

ЕН.02 Экологические основы природопользования

Выберите правильный вариант ответа:

По степени воздействия на окружающую среду и человека, отходы делятся на:

- A. 4 класса
- B. 5 классов**
- C. 6 классов
- D. 3 класса

Выберите правильный вариант ответа:

Вторичная переработка отходов называется:

- A. макулатура;
- B. компостирование
- C. рециклинг**
- D. ресурсообеспеченность

Выберите правильный вариант ответа:

Вторичной переработке подвержены:

- I. макулатура
- J. полиэтилен
- K. стеклотара
- L. все перечисленное**

ОП.07 История и теория дизайна

Выберите правильный вариант ответа:

Факторы, обуславливающие соответствие структуры, размеров используемых предметов и их элементов структуре, форме, размерам и массе человеческого тела, соответствие характера форм изделия анатомической пластике человеческого тела

М. Антропометрические

- N. психофизиологические
- O. гигиенические
- P. Физиологические

Английский писатель, художник, теоретик искусства, литературный критик и поэт. Ему принадлежит цитата: «Если в ревнивом соперничестве с соседними странами или другими производителями вы будете стараться привлечь внимание необычностью, новшествами и мишурой украшательства, стремясь превратить каждое изделие в рекламу, и не гнушаться стянуть идею у своего более удачливого соседа, хитроумно подражая ему, а иногда и в чем-то превосходя его, - вы никогда не узнаете, что такое хороший дизайн. Даже и не помышляйте об этом».

- A. Джон Рёскин**
- B. У. Моррис
- C. Принц Альберт
- D. О. Джонс

Задание 4. Какой из терминов не является одним из названий стиля модерн?

- A. Югендстиль
- B. Тиффани
- C. Сецессион
- D. Arts and crafts**

Задание 5. Индустриальное формообразование во взаимодействии с искусством, промышленностью и ремёслами» - это девиз....

- A. Прерафаэлитов
- B. движения "Искусства и ремесла"
- C. союза "Веркбунд"**
- D. объединения УНОВИС

Задание 6. Супрематическая архитектурная модель, объект пространственного супрематизма К.С. Малевича

- A. Архитектон**
- B. Проун
- C. Летатлин
- D. Супрематизм

<p>ОП.08 Документационное обеспечение управления</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Где на документе проставляются справочные данные об организации?</p> <p>A. в верхнем поле по центру документа B. в правом верхнем углу документа C. в левом верхнем углу документа D. строкой ниже наименования организации</p>
<p>ОП.09 Социология рекламной деятельности</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Какой метод используется для выявления и анализа скрытых мотивов?</p> <p>A. Анкетирование B. Ассоциативный тест C. Фокус-группа D. Анонимный онлайн-опрос</p>
<p>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Рекламный щит 3x6 м под плакаты это:</p> <p>Q. билборд R. баннер S. сити-формат T. брендмауэр</p>
<p>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Раскладной выносной рекламный щит, устанавливаемый на тротуаре, это</p> <p>U. штендер V. пилларс W. мультивижн D. ситиформат</p>
<p>МДК.01.03 Язык рекламы</p> <p>. Выберите правильный вариант ответа: Из чего строится тизерная реклама?</p> <p>A. Из вступления, развития событий и кульминации. B. Из дразнилки и разгадки. C. Из первого и второго акта. D. Из вопроса и ответа</p>
<p>МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа</p> <p>Выберите правильный вариант ответа: Композиция, составленная из повторяющихся элементов. Может быть не симметричной. Используется в дизайне графической продукции</p> <p>A. Паттерн B. Орнамент C. Коллаж D. Иллюстрация</p>

МДК.02.06 Обработка текстовой информации
. Выберите правильный вариант ответа: Профессору требуется перевести свою статью на иностранный язык. Чтобы найти необходимую информацию ему нужно воспользоваться поисковой системой (строка поиска): A. Internet Explorer, B. FireFox, C. Яндекс, D. Opera.

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности):

ОГСЭ.05 История рекламы
В XV веке Гутенберг изобрел ... и это оказало влияние на развитие рекламы. Ответ: Печатный станок Родиной рекламной листовки называют город ... Ответ: Париж
ОГСЭ.06 Основы социологии и политологии
процесс экономических и <u>социальных изменений</u> , при котором <u>природные ресурсы</u> , направление <u>инвестиций</u> , ориентация <u>научно-технического развития</u> , <u>развитие личности</u> и <u>институциональные</u> изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения <u>человеческих потребностей</u> и устремлений. Ответ: устойчивое развитие
ЕН.02 Экологические основы природопользования
Термин англоязычного происхождения, означающий полную переработку сырья с целью создания новых предметов. Ответ: ресайклинг ЗАДАНИЕ 2. англоязычный термин, означающий вторичное использование материалов и вещей с созданием для них нового функционала и увеличения их ценности. Творческий подход к «новому прочтению» старых вещей. Ответ: апсайклинг
ОП.07 История и теория дизайна
Задание . Французский художник, химик и изобретатель, один из создателей фотографии. Пластины, изобретенные им, были популярным способом нанесения фотографического изображения в 19 веке, они были названы в честь своего создателя.

Ответ: Луи Дагер

Задание . Один из выдающихся представителей русского и еврейского авангарда. Способствовал выходу супрематизма в архитектуру.

Ответ: Эль Лисицкий

ОП.08 Документационное обеспечение управления

В каких документах допускается словесно-цифровой символ обозначения даты документа?

Ответ: в финансовых документах

ОП.09 Социология рекламной деятельности

Как в социологии принято называть сценарий фокус-группового исследования?

Ответ: гайд

Человек, который отвечает на вопросы исследователя -

Ответ: респондент

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

Назовите вид графики, единицей измерения в которой выступает пиксель

Ответ: растровая

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

Как называется определенная последовательность кадров, сочетание между которыми объясняет поступки героев и значение событий, опираясь на драматургическую формулу «показывать, а не рассказывать»?

Ответ: монтажная фраза

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

Арт-директору компании "Media" для иностранных коллег необходимо предоставить краткую и наглядную презентацию об их проекте. С помощью какой программы он может сделать красивую презентацию проекта?

Ответ: Microsoft PowerPoint

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

Назовите вид графики, который создаётся при помощи математических вычислений. Объекты можно увеличить до бесконечного размера

Ответ: векторная

3) ситуационные, практико-ориентированные задачи / мини-кейсы:

ОГСЭ.05 История рекламы

Объясните понятие «протореклама». Приведите пример.

Ответ: прообраз современной рекламы. Альбомс в Древнем Риме, глашатаи на средневековых улицах, различные вывески ремесленников и т.д.

<p>Что представлял собой римский альбумс? Ответ: стены, выбеленные известкой и расчерченные на квадраты, в которых ростовщики и торговцы углем или пурпурной краской писали свои объявления.</p>
<p>ЕН.02 Экологические основы природопользования</p> <p>Что такое антропогенные факторы со точки зрения экологии, приведите пример антропогенных факторов.</p> <p>Ответ: экологические факторы, обусловленные различными формами влияния деятельности человека на природу. Антропогенные факторы могут быть первичными, или прямыми (истребление, акклиматизация, интродукция), и вторичными, или косвенными (вырубка лесов, осушение болот, распашка земель и тому подобное).</p>
<p>ОП.01 Рисунок с основами перспективы</p> <p>Перечислите классические греческие ордера. Ответ: Основные греческие ордера — дорический и ионический — появились уже в первых известных науке полностью каменных сооружениях в первой половине VI века до н. э. Третий ордер — коринфский — появился значительно позже.</p>
<p>ОП.02 Живопись с основами цветоведения</p> <p>Объясните, что такое «хаотичное текстурное пятно» и зачем оно нужно. Ответ: В живописи под пятном художники подразумевают мазки краски или совокупность каких-то мазков, из которых формируется изображение на холсте. Пятно создает тон, среду.</p> <p>Объясните, что такое «размывка» Ответ: Размывка, способ работы кистью с использованием растворённого в большом количестве воды красящего вещества в техниках <u>акварели</u>, <u>бистра</u>, <u>сепии</u>, <u>сангины</u> для получения мягких переходов между градациями <u>тона</u>, ослабления цветового фона и других эффектов.</p> <p>. Объясните, что такое «отмывка» Ответ: Отмывка – техника акварельной живописи и проектной графики, при которой наполненная колером кисть отмывается об бумагу</p>
<p>ОП.07 История и теория дизайна</p> <p>Папстик - материал на основе древесины, который можно использовать вместо пластика для производства пакетов и других предметов разового использования.</p> <p>Есть ли у данного изобретения будущее в отрасли производства рекламной продукции? Предложите, каким образом мы можем использовать его в рекламе. Ответ: 5 баллов - ответ оригинальный и развернутый 2 балла - нет развернутого объяснения 0 баллов - нет ответа</p> <p>Задание . Почему принц Альберт не был доволен результатом Всемирной выставки 1851 года? Ответ: Англичане смогли показать мощь своих машин, но не сумели продемонстрировать мастерства в художественном ремесле. Вещи, представленные ими, были вычурными, безвкусными. Наблюдался кризис ремесленного искусства</p>

Задание . В чем заключались воззрения Рёло на взаимоотношения индустриализации и искусства.

Ответ: Занимался проблемами эстетичности технических объектов, промышленным дизайном. В своих конструкциях придавал большое значение внешним формам машин, за что Рёло при жизни называли «поэтом в технике».

Задание . Найдите основные различия между Модерном и движением «Искусства и ремесла»

Ответ: Главное отличие заключается в том, что пока Искусства и ремесла пытались возродить ручной труд и средневековый цеховой опыт, приверженцы модерна воспевали век фабричного производства, стекла и металла. Продукт «артс энд крафтс» - штучный, продукт модерна – массовый.

Задание . Как изобретение паровой машины Уатта повлияло на развитие дизайна?

Ответ: Паровая машина Уатта дала возможность наращивать мощность производства, что подтолкнула активное развитие промышленности, производства штампованных изделий, которые нуждались в качественном дизайне, работе над внешней привлекательностью, надежностью и функциональностью.

Задание . Охарактеризуйте значение развития орнамента в истории дизайна?

Ответ: Орнамент является самой очевидной возможностью для декор штампованных изделий. Орнамент может наноситься массово промышленным способом.

Задание . В чем заключалось своеобразие модерна Макинтоша и почему его проекты не сразу были по достоинству оценены в Великобритании?

Ответ: Макинтош был современником У. Мориса и Рескина, которые отвергали индустриализацию и промышленный дизайн как таковой. Шотландский модерн Макинтоша – это урбанистическая архитектура и дизайн интерьера, с простыми грубыми формами, обилием металла и стекла. Его дизайн являлся полным противоречием духу викторианской эпохи.

Задание . Почему конструктивизм обрел такую популярность в СССР?

Ответ: Развитие индустрии и техники
Стремление к эксперименту, отходу от «буржуазного» искусства
Новые представления о композиции в произведении
Уход от эстетизма и возвращение к жизни (ближе к народу)
Соединение графического и конструктивного
Сознательное управление цветом, формой и символами

Задание . Опишите систему обучения в Баухаус

Ответ: ВВОДНЫЙ КУРС
НАТУРАЛЬНЫЕ ШТУДИИ, МАТЕРИАЛОВЕДЕНИЕ, ПРОСТРАНСТВО-ЦВЕТ-КОМПОЗИЦИЯ И Т.Д.

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ НА РАЗЛИЧНЫХ МАТЕРИАЛАХ
ПРОЕКТНЫЕ МАСТЕРСКИЕ, СТРОИТЕЛЬСТВО (ПРЕПОДАВАТЕЛИ –
МАСТЕРА, СТУДЕНТЫ – ПОДМАСТЕРЬЯ)

Задание . Перечислите факторы формирования Ар-Деко в 20е годы 20 века

Ответ: Всемирная выставка в Париже

Прогресс

Развитие рынка

Мода на древности

Экономический подъем в США

Жажда роскоши

Эмансипация

Фовизм и «дикое» искусство

Популярность «Русских сезонов»

Задание . Американская мечта» в 50е годы 20 века. Расскажите, как представлялась успешная американская семья в тот период?

Ответ: Муж - сотрудник крупной компании, жена домохозяйка, не менее 2 детей, собственный дом с гаражом и хорошим автомобилем, наличие современной бытовой техники (стиральная машина, ТВ и т.д.). Наличие бассейна, если позволяет климат.

Задание . Какие социальные и политические факторы повлияли на развитие дизайна в 60е годы?

Ответ: Холодная война

«Сердитое поколение», хиппи

Сексуальная революция

Развитие поп-культуры

Повсеместное использования синтетических материалов

Полет человека в космос, «космические» грезы

ОП.08 Документационное обеспечение управления

В каком случае составляют список-рассылку?

Ответ: В случае, если в документе указывается более четырех адресатов;

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

Что такое раскадровка?

Ответ: последовательность рисунков, визуально рассказывающая сюжет постановки или сценария. Неважно, насколько детальной или минималистичной будет раскадровка, основное ее предназначение — позволить съемочной группе получить четкое представление о том, как воплотить сюжет в жизнь.

МДК.02.05 Мультимедийные технологии

Назовите сферы применения мультимедийных технологий в рекламной деятельности

Ответ: рекламные ролики, презентации, рекламное видео для наружных цифровых носителей, голографическая реклама, интернет-реклама и т.д.

МДК.02.06 Обработка текстовой информации

Однажды студент по имени Константин путешествовал по сети Интернет. Для себя он поставил задачу, посмотреть, какие сервисы сети можно использовать в личных целях. И студент был приятно удивлен, оказывается, в ней можно воспользоваться не только электронной почтой для общения с друзьями, передачей информации, отечественной и иностранной литературой, всемирной паутиной и т.д., но и можно редактировать графические изображения, сжимать файлы любого формата, набирать тексты и все это хранить в своем хранилище данных. И он для себя решил, зачем устанавливать разные программы у себя дома на компьютер, если все это есть в Интернете. Как выдумаете, студент поступает правильно?

Ответ: Студент поступает неверно, так как нельзя надеяться на надежность работы сети.