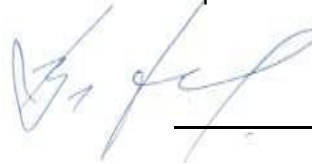


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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



\_\_\_\_\_ д.ф.н. Тулулов В.В.

17.04.2025 г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

**ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных  
и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»**

**УП 02.01** Практические основы разработки и осуществления стратегического и тактического  
планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

1. **Код и наименование ППСЗ:** 42.02.01 Реклама
2. **Профиль подготовки/специализация:** гуманитарный
3. **Квалификация выпускника:** среднее профессиональное образование
4. **Форма обучения:** очная
5. **Кафедра, отвечающая за реализацию практики:** кафедра связей с общественностью,  
рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ
6. **Составители программы:** Осенкова Т.А. преп., к.ф.н., ген.директор ООО  
«Вета-Строй» Ваделова Н.С.
7. **Рекомендована:** НМС факультета журналистики от 17.04.2025 г., Протокол №7
8. **Учебный год:** 2027/ 2028**Семестр(ы):** 5

**9. Цель практики:**

**10.** Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

**11. Цели учебной практики:**

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

**13. Задачи учебной практики: 54**

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

**15. Место практики в структуре ОПОП по ППССЗ:**

Программа учебной является составной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО специальности 42.02.01 Реклама Квалификация Специалист по рекламе и вида профессиональной деятельности (ВПД): «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

**16. Вид практики, способ и форма ее**

**проведения Вид практики:** учебная

**Способ проведения практики:** стационарная Реализуется частично в форме практической подготовки. **Формат**

**проведения практики:** *концентрированно*

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

| Компетенция |                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Планируемые результаты обучения                                                                                                                                                                                 |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Код         | Название                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                 |
| ПК 2.1      | ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.<br>ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах. | <b>уметь:</b><br>составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению;<br><br><b>знать:</b><br>экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; |
| ПК.2.2      |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                 |
| ОК 2.       | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;                                                                                                                               | <b>уметь:</b><br>работать с рекламой в средствах массовой информации;                                                                                                                                           |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 3. | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;                                                                                                                                                                                                                                       | проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;<br>проводить презентацию рекламного продукта;<br>подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;                                                                                                      |
| ОК 4. | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде<br>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;<br><br>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; | <b>знать:</b><br>основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;<br>пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;<br>основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; |
| ОК 5. | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | аспекты планирования рекламы;<br>этапы принятия и реализации управленческих решений;                                                                                                                                                                                                                   |
| ОК 6  | Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;                                                                                                                                                                                        | классификацию целей менеджмента.                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| ОК 9  | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

**18. Объем практики (в соответствии с учебным планом)**

Общая трудоемкость учебной/производственной практики составляет: 2 недели (72 часа).

**Формы промежуточной аттестации (по итогам практики) зачет.**

**19. Виды учебной работы**

| Вид учебной работы                                             | Трудоемкость |              |                                 |
|----------------------------------------------------------------|--------------|--------------|---------------------------------|
|                                                                | Всего        | По семестрам |                                 |
|                                                                |              | № семестра   |                                 |
|                                                                |              | ча<br>сы     | часы практической<br>подготовки |
| Всего часов                                                    | 36           |              |                                 |
| в том числе:                                                   |              |              |                                 |
| Лекционные занятия (контактная работа)                         | 2            | 2            |                                 |
| Практические занятия (контактная работа)                       | 10           | 10           |                                 |
| Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов) | 24           |              | 24                              |
| Форма промежуточной аттестации<br><i>зачет</i>                 |              |              |                                 |
| Итого:                                                         | 36           | 12           | 24                              |

**20. Содержание практики<sup>1</sup>**

| п/п | Разделы (этапы) практики | Содержание раздела                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Подготовительный         | Организационное программой практики собрание. Ознакомление с программой практики.                                                                                                                                                                                        |
| 2.  | Организационный          | Содержательная формулировка задач для решения в ходе практики. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с руководителем практики, его корректировка. |
| 3.  | Исследовательский*       | Освоение методов разработки и изготовления рекламного продукта, выполнение производственных заданий, знакомство с особенностями организационно- управленческой деятельности предприятия и т.д.                                                                           |
| 4   | Отчетный*                | Оформление дневник практик в соответствии с требованиями*.                                                                                                                                                                                                               |
| 5   | Аттестационный           | Подведение итогов учебной практики.                                                                                                                                                                                                                                      |

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

### Содержание учебной практики

| Код ПК  | Учебная практика                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                              |             |                  |                                                        |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------|--------------------------------------------------------|
|         | Наименование ПК                                                                                                                                         | Виды работ, обеспечивающих формирование ПК                                                                                                                                   | Объем часов | Уровень освоения | Показатели освоения ПК                                 |
| 1       | 2                                                                                                                                                       | 3                                                                                                                                                                            | 4           | 6                | 7                                                      |
| ПК 2.1  | Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.                                         |                                                                                                                                                                              |             | Репродуктивный   | Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ. |
| ПК 2.1. | Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах. | знакомство с основными правилами взаимодействия с внутренней средой организации;<br><br>- составление личного плана работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента | 18          | продуктивный     |                                                        |
| ОК2     | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач                           | Принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях с несением ответственности;                                                                                         |             |                  |                                                        |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                              |  |              |                                                        |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------|--------------------------------------------------------|
| ОК 3 | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;                                                | Поиск информации, использование оптимальных профессиональных программ для выполнения профессиональных задач. |  |              | Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ. |
| ОК 4 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                              |  | продуктивный |                                                        |
| ОК 5 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;                                                                                                                              |                                                                                                              |  |              |                                                        |
| ОК 6 | Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; | Понимание основ предпринимательской деятельности, особенностей ведения рекламного бизнеса.                   |  |              |                                                        |
| ОК 9 | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.                                                                                                                                                                                                |                                                                                                              |  |              |                                                        |

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

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

Для характеристики уровня освоения вида работ используются следующие обозначения:

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

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

## 21. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для прохождения практики

### а) основная литература:

| № п/п | Источник                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 2.    | Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/139608">https://profspo.ru/books/139608</a> (дата обращения: 15.05.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей |
| 3.    | Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2017. — 241 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685024">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685024</a> (дата обращения: 16.02.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный.                                                                                                   |

### б) дополнительная литература:

| № п/п | Источник                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Дьякова, Т. М. Маркетинг : учебное пособие / Т. М. Дьякова. — Саратов : Вузовское образование, 2014. — 162 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <a href="https://profspo.ru/books/21548">https://profspo.ru/books/21548</a> (дата обращения: 15.05.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей |
| 2.    | Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. — Москва: Дашков и К°, 2020. — 324 с. — Режим доступа: URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042</a>                                                                                                                  |

### в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:

| № п/п | Ресурс                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Электронный образовательный портал ВГУ. - электронный курс Практическая подготовка (практика)_СПО Реклама 4 курс – Электронный университет ВГУ. - <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14616">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14616</a> . |

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

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

Практика проводится в форме контактной и самостоятельной работы. Контактная работа предполагает на первом этапе знакомство с руководителем практики от вуза и от предприятия, определение с ним задания и консультацию по вопросам о прохождении практики; на заключительном, четвертом этапе, контактная работа предполагается при защите практики. Результаты практики предоставляются в виде дневника учебной практики руководителю от университета.

Остальные этапы практики построены на технологии интегрированного обучения (предполагают самостоятельную работу студента в организации, связанную с маркетинговым и правовым обеспечением реализации рекламного продукта).

Рекомендации по самостоятельной работе следующие: ведение дневника практики; выполнение рекомендаций руководителя практики от университета/организации по реализации задания; инициативность во время подготовки, проведения мероприятий, а также при сборе и обработке информации для организации и управления процессом изготовления рекламного продукта; при необходимости – изучение теоретического материала, представленного в дополнительном списке литературы; формирование и представление отчетной документации.

При прохождении практики могут быть использованы элементы электронного обучения (ЭО) и дистанционные образовательные технологии (ДОТ), смешанное обучение. Материалы практики размещены на платформе

«Электронный университет ВГУ». - Практическая подготовка (практика)\_СПО Реклама 4 курс – Электронный университет ВГУ. - <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14616>.

## **23. Материально-техническое обеспечение практики:**

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа проектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; переносной ноутбук 15\*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа проектор BenQ MX511; экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа проектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244\*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

---

## 24. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике:

### 24.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

| Код и содержание компетенции<br>(или ее части)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Этапы формирования компетенции<br>(разделы (этапы) практики)                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ОК 2 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p> <p>ОК 4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p> <p>ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p> <p>ОК 6 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;</p> <p>ОК 9 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p> | <p><b>уметь:</b></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><b>знать:</b></p> <p>основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</p> <p>пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</p> <p>основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;</p> <p>аспекты планирования рекламы;</p> <p>этапы принятия и реализации управленческих решений;</p> <p>классификацию целей менеджмента.</p> | <p>2, 3</p> <p>Практические работы.</p> <p>Дневник учебной практики.</p> <p>Самостоятельная работа.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p> <p>ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.</p> | <p><b>уметь:</b><br/>составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению;</p> <p><b>знать:</b><br/>экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</p> | <p>2, 3<br/>Практические работы.<br/>Дневник учебной практики.<br/>Самостоятельная работа.</p> |
| Промежуточная аттестация по практике                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                          | зачет                                                                                          |

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

| <b>Уровень освоения компетенции</b> | <b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b> | <b>Критерии оценивания результатов обучения</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>зачтено</b>                      | Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.                                   | Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате Power Point или другом. Студент свободно ведет диалог, проявляет при этом инициативу и уверенность. Уровень понимания излагаемого материала свидетельствует о возможности самостоятельной работы на участке прохождения практики. |
| <b>Не зачтено</b>                   | Частичное или полное невыполнение предусмотренных работ.                                 | Сроки выполнения нарушены, отсутствует документ Дневник практики, студент не сумел продемонстрировать навыки организации и проведения социологического исследования; не владеет навыками презентации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

**24.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки компетенций, приобретаемого практического опыта, знаний и умений, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы****24.3.1. Тестовые задания. Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции****Тестовые задания с вариантом ответа:****1. Выберите правильный вариант ответа:**

К элементам комплекса «4 Р маркетинга» НЕ относится:

- A. товар
- B. цена
- C. места продаж
- D. **Позиционирование**

2. . Выберите правильный вариант ответа:

Неэтичная реклама в соответствии с законом "О Рекламе":



- A. реклама, не соответствующая моральным принципам и нравственным устоям общества
  - B. порочит объекты искусства;
  - C. **нет отдельного определения в законе**
  - D. оскорбляющая чувства людей
3. Срок охраны авторского права в России составляет:
- A. **всю жизнь автора плюс 70 лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора;**
  - B. всю жизнь автора;
  - C. 50 лет с момента создания произведения
  - D. 100 лет с момента смерти автора
4. Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет:
- A. Правительство РФ;
  - B. **Федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;**
  - C. Ассоциация коммуникационных агентств России
  - D. Органы внутренних дел.

**Тестовые задания с открытым ответом:**

1. метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории  
Ответ: Swot-анализ

2. Целевые скидки, реализуемые после совершения покупки. Потребитель отправляет в какой – либо форме подтверждение покупки производителю, который возмещает часть уплаченной суммы почтовым переводом.  
Ответ: денежные компенсации (кэшбэк)

3. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности -  
Ответ: спонсор

4. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства –

Ответ: социальная реклама

**Мини-кейсы:**

1. Кто такой SEO-специалист? Каковы его должностные обязанности?

Ответ: Специалист по контекстной рекламе и занимается созданием и проведением рекламных компаний в «Google AdWords» и «Яндекс.Директ».

2. Кто такой SMM-специалист? Каковы его должностные обязанности?

Ответ: Это специалист по SMM (Social Media Marketing), комплексу мер по продвижению web-сайтов, товаров или услуг с помощью социальных медиа-средств, к которым относятся: блоги; социальные сети; тематические Интернет-ресурсы класса Web 2.0.

3. Предложите, эффективное, по вашему мнению, BTL-мероприятие, которое можно провести на открытие частного детского сада. Опишите его преимущества

Ответ:

5 баллов – мероприятие не банальное, соответствует интересам целевой аудитории, описаны преимущества инструмента

2 баллов – предложенный инструмент не соответствует интересам целевой аудитории или не описаны преимущества инструмента

0 баллов – верного ответа нет

4. Предложите, эффективное, по вашему мнению, BTL-мероприятие, которое можно провести на открытие квест-комнаты. Опишите его преимущества

Ответ:

5 баллов – мероприятие не банальное, соответствует интересам целевой аудитории, описаны преимущества инструмента

2 баллов – предложенный инструмент не соответствует интересам целевой аудитории или не описаны преимущества инструмента

0 баллов – верного ответа нет

5. Предложите, эффективное, по вашему мнению, BTL-мероприятие, которое можно провести на открытие магазина рукоделия. Опишите его преимущества

Ответ:

5 баллов – мероприятие не банальное, соответствует интересам целевой аудитории, описаны преимущества инструмента

2 баллов – предложенный инструмент не соответствует интересам целевой аудитории или не описаны преимущества инструмента

0 баллов – верного ответа нет

6. Предложите, эффективное, по вашему мнению, BTL-мероприятие, которое можно провести на открытие магазина экипировки для лыжников и сноубордистов. Опишите его преимущества

Ответ:

5 баллов – мероприятие не банальное, соответствует интересам целевой аудитории,

описаны преимущества инструмента

2 баллов – предложенный инструмент не соответствует интересам целевой аудитории или не описаны преимущества инструмента

0 баллов – верного ответа нет

7. Если в рекламе планируется использовать произведение автора, умершего в XIX в, можно ли безгранично использовать любые треки, размещенные в сети Интернет без риска нарушить авторские и смежные с авторскими права? Аргументируйте свой ответ.

Ответ: нет. Помимо прав авторских, существуют еще и права, смежные с авторскими, т. е. права исполнителей и производителей фонограмм, организаций эфирного и кабельного вещания.

8. Челябинское УФАС в 2009 г. признало ненадлежащей рекламу областной аптечной сети «Классика» 3. В рекламе была использована фотография ребенка. У кого должны были спросить разрешение создатели рекламы, принимая решение о размещении фото?

Ответ: Получить согласие законных представителей ребенка (. 3 ст. 5 Закона «О рекламе»), а спросить разрешение на использование фотографии полагается и у того, кому принадлежит исключительное право на такой объект авторского права. Чаще всего исключительные права остаются у фотографов, если не было письменного договора об отчуждении исключительного права или лицензионного договора

**24.3.2. Перечень практических заданий** (определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью).

1. Составить личный план работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента
2. Осуществить планирование, разработку и техническое исполнение рекламного проекта

### **24.3.3 Содержание дневника практики**

Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики, описывая каждый день прохождения практики. Структура дневника практики приведена в положении о практической подготовке по программе подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)).

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

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, при прохождении практики проводится в ходе промежуточной аттестаций в форме зачета.

Промежуточная аттестация по практике включает подготовку дневника практики и предоставление его Руководителю практики от Университета.

Критерии оценивания приведены выше.