

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ**

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

для специальности
42.02.01 Реклама
базовой подготовки

**Москва
2023**

Фонд оценочных средств учебной практики рассмотрен и одобрен предметной (цикловой) комиссией профессионального учебного цикла.

Фонд оценочных средств учебной практики разработан на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26.06.2014, регистрационный № 32859) и рабочей программы профессионального модуля.

Внутренняя экспертиза:
Заведующая УМУ Заметта Д.Н.

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям
служащих 20032 Агент рекламный**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной практики	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Дневник практики	ОК 1 - ОК 11 ПК 5.1. - ПК 5.8.	Требования к оформлению
2.	Зачет по учебной практике	ОК 1 - ОК 11 ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5, ПК 5.6, ПК 5.7, ПК 5.8	Контрольные вопросы Практические задания

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ДНЕВНИКА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Дневник практики оформляется в соответствии с утвержденной формой и заверяется руководителем практики от образовательной организации.

Содержание дневника практики:

- перечень видов работ выполненных студентом за определенные промежутки времени (за 1 день или несколько дней, в соответствии с календарно-тематическим планом практики).

В результате освоения **ВД: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих** студент должен:

В рамках ППССЗ СПО обучающиеся осваивают рабочую профессию **20032 Агент рекламный** и соответствующие профессиональные компетенции (ПК):

ПК 5.1. Осуществлять работу по предоставлению, размещению, продвижению и сопровождению товаров, услуг, коммерческих идей.

ПК 5.2. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.4. Владеть убедительными приемами информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях.

ПК 5.5. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламного продукта.

ПК 5.6. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

ПК 5.7. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

иметь практический опыт:

поиска клиентов;

консультирования клиента по предлагаемому товару, услуге;

заключение договоров;

организации деятельности по работе с заказчиком по размещению и сопровождению заказа;

ведения отчетности;

продажи рекламы.

уметь:

осуществлять классификацию, сегментирование и поиск заказчиков;

осуществлять поиск различных рекламных идей;

выбирать вид рекламы для реализации рекламной идеи; организовывать работу по получению и оформлению заказа;

презентовать готовый рекламный продукт заказчику;

создавать творческий бриф;

формировать заказ на проведение фотосъемки;

проводить фотосъемку (по брифу);
обрабатывать и сохранять полученные фотоизображения в компьютере;
печатать цифровые фотографии и записывать их на цифровой носитель;
проводить презентацию фотографий заказчику;
компоновать текстовую рекламу;
исполнять статические и динамические графические изображения элементов рекламного обращения;
создавать анимированные рисованные объекты и видео вставки;
создавать рекламный баннер;
создавать, сохранять и размещать презентации в Интернет;
создавать и оформлять документы в текстовых редакторах;
использовать ресурсы Интернет при работе с заказчиком;
вести переговоры;
тестировать эффективность рекламы
работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

знать:

законодательство о рекламе;
структуру и содержание деятельности рекламного агентства и отделов рекламы;
основы организационной рекламной деятельности;
методы и приемы информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях;
основы организации связи со средствами массовой информации;
структуру творческого брифа;
необходимый перечень, состав и характеристики оборудования, техники и расходных материалов для выполнения фотосъемки, компьютерной обработки и цифровой печати фотоизображений;
базовые теоретические принципы построения рекламных текстов (заголовков, подписей, слоганов);
основные элементы устной презентации творческой идеи и результатов ее воплощения;
базовые и сравнительные характеристики используемых в ходе практики компьютерных программ и приложений;
сравнительные характеристики основных поисковых систем в сети Интернет;
оценку эффективности рекламы.

Требования к формированию личностных результатов

Оценка личностных результатов ЛР 1-21 может быть произведена с применением следующих форм оценивания:

- персонифицированная (демонстрирующая достижения конкретного обучающегося);
- неперсонифицированная (характеризующая достижения в учебной группе, у конкретного педагогического работника, в образовательной организации в целом);
- качественная (измеренная в номинативной шкале: есть/нет);
- количественная (измеренная, например, в ранговой шкале: больше/меньше);
- интегральная (оцененная с помощью комплексных тестов, портфолио, выставок, презентаций);
- дифференцированная (оценка отдельных аспектов развития).

При этом могут предусматриваться следующие методы оценивания:

- наблюдение;
- портфолио;
- экспертная оценка;
- стандартизованные опросники;
- проективные методы;
- самооценка;

- анализ продуктов деятельности (проектов, практических, творческих работ) и т.д.

Оценочные средства для промежуточной аттестации Дифференцированный зачет

1. Описание: дифференцированный зачет предусматривается в виде защиты отчета по производственной практике (по профилю специальности) по профессиональным модулям. Защита отчета по практике представляет собой устную беседу (ответы на вопросы) с преподавателем – руководителем практики от образовательной организации.

Устная беседа (опрос) – это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с прохождением практики, и рассчитанное на выяснение обучающимся объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме в сфере гостиничной деятельности – места прохождения практики и т. п.

2. Критерии оценки:

При оценивании отчета по практике учитываются:

- полнота выполнения студентом задания по практике;
- уровень его теоретической подготовки по различным дисциплинам, междисциплинарным курсам, профессиональному модулю в целом, знание основных законодательных и других нормативных актов, регламентирующих деятельность правоохранительного органа (базы практики);
- уровень аналитического мышления, способность творческого решения поставленных задач;
- отношение к работе, наиболее типичные черты характера и склонности, волевые и нравственные качества, исполнительность, общий и культурный уровень развития, коммуникабельность;
- выводы о практической деятельности студента в ходе прохождения практики;
- содержание и качество оформленных согласно заданию на практику документов (приложений к отчету по практике);
- состояние дисциплины студента в период прохождения практики.

Критерии оценивания отчета по практике:

Оценка «отлично»:

- выполнение задания по практике в полном объеме;
- полное, последовательное, грамотное, логически выстроенное изложение материала в отчете;
- оформление отчета по практике с приложением всех требуемых документов (согласно методическим рекомендациям);
- соблюдение требуемого форматирования текста отчета и его объема;
- четкая демонстрация в ходе устной беседы с преподавателем приобретенных в ходе практики знаний, умений, навыков, четкое изложение материала, свободный ответ на вопрос преподавателя.

Оценка «хорошо»:

- выполнение задания по практике не в полном объеме;
- полное, последовательное, грамотное, логически выстроенное изложение материала в отчете;
- оформление отчета по практике с приложением всех требуемых документов (согласно методическим рекомендациям);
- некоторое несоблюдение требуемого форматирования текста отчета и его объема;
- демонстрация в ходе устной беседы с преподавателем приобретенных в ходе практики знаний, умений, навыков, четкое изложение материала, свободный ответ на вопрос преподавателя.

Оценка «удовлетворительно»:

- выполнение задания по практике не в полном объеме;
- неполное, непоследовательное, неграмотное, логически не выстроенное изложение материала в отчете;

- оформление отчета по практике с приложением всех требуемых документов (согласно методическим рекомендациям);
- несоблюдение требуемого форматирования текста отчета и его объема;
- слабая демонстрация в ходе устной беседы с преподавателем приобретенных в ходе практики знаний, умений, навыков, четкое изложение теоретического материала, затруднительный ответ на вопрос преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно»:

- невыполнение задания по практике/частичное выполнение;
- неполное, непоследовательное, неграмотное, логически не выстроенное изложение материала в отчете:
- не предоставление требуемых документов/оформление требуемых документов с существенными нарушениями (согласно методическим рекомендациям);
- несоблюдение требуемого форматирования текста отчета;
- демонстрация в ходе устной беседы с преподавателем отсутствия знаний, умений, навыков, которые должны быть приобретены в ходе прохождения практики, не знание теоретического материала, отсутствие ответа/затруднение ответа на вопрос преподавателя.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Теоретические вопросы

1. Должностная инструкция агента рекламного
2. Основные средства рекламы
3. Определение рынка рекламных услуг.
4. Типы потребителей.
5. Модели поведения потребителей.
6. Факторы, определяющие поведение индивидуальных потребителей.
7. Отношения рекламного агентства с клиентами. Оплата услуг рекламного агентства.
8. Приемы и способы привлечения внимания к рекламе.
9. Конкурентная среда рекламного агентства

Практические задания

ДОГОВОР ОКАЗАНИЯ РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ № _____

г. _____
« ____ » _____ 200__ г.

« _____ », именуемое в дальнейшем «Заказчик», в лице _____, действующего на основании _____, с одной стороны, и « _____ », именуемое в дальнейшем "Исполнитель", в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, вместе именуемые "Стороны", заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязанность по изготовлению и размещению рекламно-информационных материалов Заказчика на выставке « _____ », проходящей _____, в выставочном комплексе _____ в объеме и на условиях, предусмотренных настоящим Договором и Приложениях к настоящему договору, являющемся его неотъемлемой частью.

2. Под рекламными и рекламно-информационными материалами для целей настоящего Договора понимаются рекламные объявления, а также иные текстовые и (или) графические материалы, фотографии и иные иллюстрации, содержащие информацию о лицах, товарах, услугах, идеях и начинаниях, призванных формировать и поддерживать положительный имидж компании-Заказчика.

ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

3. Заказчик обязуется:
4. Направить Исполнителю заказ на изготовление и размещение рекламно-информационного материала, с учетом положений под п. 2.3.1 настоящего Договора, за 20 календарных дней до момента размещения рекламных и (или) рекламно-информационных материалов.
5. Предоставить утвержденный оригинал-макет, необходимый для изготовления размещаемого рекламно-информационного материала, за ____ календарных дней до момента размещения рекламно-информационных материалов согласно условиям настоящего договора и его Приложений.
6. Представить документы, подтверждающие право Заказчика заниматься деятельностью, требующей лицензирования.
7. Оплатить услуги Исполнителя в соответствии с разделом 3 настоящего Договора.
8. Не передавать предоставленные Исполнителем по настоящему договору рекламно-информационные площади третьим лицам.
9. Информировать Исполнителя в письменной форме об изменениях сроков и/или объема размещения рекламно-информационных материалов не позднее чем за ____ дней до момента размещения рекламных и (или) рекламно-информационных материалов. В этом случае в течение _ (____) дней с момента получения Исполнителем вышеуказанной информации Стороны подписывают дополнительное соглашение к настоящему Договору с указанием измененных сроков и/или объема размещения рекламно-информационных материалов Заказчика. При несоблюдении сроков подписания дополнительного соглашения обязательства Сторон по настоящему Договору действуют в том же объеме и на тех же условиях.
10. Не предоставлять к размещению материалы, противоречащие законодательным нормам.

11. Заказчик имеет право корректировать предоставленный Исполнителю рекламно-информационный материал до момента предоставления утвержденного оригинал-макета. С этого момента все претензии со стороны Заказчика не могут быть приняты.

13. Исполнитель обязуется:

14. Изготовить и разместить в согласованных сроках и объемах рекламно-информационный материал Заказчика, форма и содержание которого соответствуют оригинал-макету.

15. Исполнитель имеет право:

16. Использовать для публикации утвержденный Заказчиком оригинал-макет,

17. Размещать рекламно-информационный материал Заказчика в пределах согласованных с Заказчиком в Приложении №.1.

18. Приостановить размещение или не размещать рекламно-информационный материал Заказчика в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, принятых Заказчиком по настоящему Договору.

19. Отказать в изготовлении и размещении рекламно-информационного материала Заказчика, если в нем содержится информация, противоречащая действующему законодательству.

1. СТОИМОСТЬ УСЛУГ И ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

2. Стоимость оказанных услуг устанавливается согласно Приложений подписанных обеими сторонами. Оплата производится в рублях.

3. Оплата производится путем ___% безналичного перечисления денежных средств на расчетный счет Исполнителя в течение __ (_____) банковских дней с момента выставления Исполнителем счета.

4. Фактом исполнения обязательств по настоящему договору считается подписание обеими сторонами акта сдачи-приемки оказанных услуг.

5. СРОКИ ДЕЙСТВИЯ НАСТОЯЩЕГО ДОГОВОРА

6. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует до выполнения обязательств Сторонами.

7. Обязательства сторон по настоящему Договору признаются выполненными в полном объеме и надлежащим образом с момента подписания сторонами Акта об оказанных услугах.

8. Сроки оказания услуг:

9. Начальный срок: с момента предоставления и утверждения сторонами оригинал-макетов рекламного изображения;

10. Конечный срок: _____, если иное не предусмотрено Приложением №.1 к настоящему договору.

11. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

12. За неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств, Стороны несут ответственность согласно действующему законодательству РФ.

13. Заказчик принимает на себя ответственность перед третьими лицами по претензиям к содержанию и форме своих рекламных материалов, товаров и услуг, а также по использованию в них знаков, маркировок, наименований и др.

14. Заказчик несет полную ответственность за точность, правильность и достоверность размещаемых в их рекламно-информационных материалах информации в соответствии с действующим законодательством РФ.

15. Исполнитель не несет ответственности за информацию, помещенную в рекламном и/или рекламно-информационном материале Заказчика.

16. Заказчик гарантирует возмещение ущерба Исполнителю, возникающего в случае претензий третьих лиц в связи с размещаемым рекламным материалом.

17. Исполнитель гарантирует возмещение ущерба Заказчику в полном объеме, в случае неисполнения обязательств по настоящему договору.

18. Стороны не несут ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств по данному Договору, если неисполнение явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы, возникших после заключения настоящего Договора, которые стороны не могли ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами. При этом обстоятельства непреодолимой силы должны быть подтверждены компетентным государственным органом.

19. КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ

20. Все сведения по настоящему договору являются конфиденциальными, распространению и оглашению не подлежат.

21. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

22. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой Стороны, каждый из которых имеет одинаковую юридическую силу.

23. Все возникающие в период действия настоящего Договора разногласия решаются путем переговоров сторон, а при недостижении соглашения передаются на рассмотрение в Арбитражный суд г. _____.

24. Положения, не урегулированные настоящим договором, регулируются действующим законодательством РФ.

25. АДРЕСА И РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

• **ПОДПИСИ СТОРОН:**

Исполнитель:

Заказчик:

**Приложение №1 к договору на оказание
рекламно-информационных услуг**

№ _____ от _____

г. _____

« ____ » _____ 200_г.

Наименование выставки: _____

Место проведения: _____

Дата проведения: _____

Наименование оказываемых услуг:

Наименование	Комментарий	Цена в руб., в т.ч. НДС
1. Аренда места под размещение рекламно-информационного постера на российском стенде	На весь период проведения выставки	
2. Разработка художественного оформления постера в стиле российской экспозиции	Размер _____ (изготовление, доставка + таможенные пошлины, монтаж)	
3. Редактирование текста рекламно-информационных материалов	Английский и Итальянский язык	
4. Аренда буклетницы, доставка и распространение печатных материалов на российском стенде	На весь период проведения выставки. Не более _____ кг + доставка + таможенные пошлины	
5. Демонстрация видео - ролика на плазменной панели диагональю _____”	_____ (видеоролик экспонента)	
Итого:		
Дополнительные услуги		
7. Презентация компании посетителям стенда (по договоренности)	Краткий обзор деятельности компании, выпускаемой продукции	
8. Предоставление информации о посетителях	Контактные данные посетителей	

*В стоимость услуг входит стоимость материалов.

Общая стоимость услуг по Приложению 1 составляет:

Оригинал макеты для полиграфической и широкоформатной продукции должны быть предоставлены не позднее _____ 200_г.

Оригинал-макет принимается в следующем виде:

1) **ВЕКТОРНАЯ ГРАФИКА:** материалы в формате *.eps, выполненные в программе **Adobe Illustrator** цвета заданы по шкале СМУК. **Все шрифты ОБЯЗАТЕЛЬНО в кривых.**

2) **РАСТРОВАЯ ГРАФИКА** принимается в форматах *.tiff, eps, Adobe Photoshop любой версии, *.pdf Растровая графика должна быть предоставлена в шкале СМУК с разрешением **не ниже 300 dpi.**

* Все оригинал-макеты предоставляются с цветным приложением в печатном виде, соответствующем электронной версии.

Исполнитель:

Заказчик:

Критерии оценки

Оценка «5» ставится, если все поставленные задачи выполнены полностью в соответствии с уровнем обученности и освоения ОК и ПК.

Оценка «4» ставится тогда – когда студент полностью овладел программным материалом, решил все поставленные задачи, но в двух, трех пунктах его решение не было исчерпывающим.

Оценка «3» ставится, если все поставленные задания выполнены, но студент основной материал знает не твердо, задания выполняет неуверенно, требует постоянной помощи преподавателя, допускает грубые ошибки в решении задач.

Оценка «2» ставится, если более половины задач не выполнены, в них допущены грубые ошибки, т. е студент обнаруживает полное незнание учебного материала, не могут решить задачи.