



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ:
ОП.01. РИСУНОК С ОСНОВАМИ ПЕРСПЕКТИВЫ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств дисциплины ОП.01. Рисунок с основами перспективы является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла обсужден и утвержден на заседании ПЦК. Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



(подпись)

Е.А. Суярова

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной
некоммерческой организации
Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества
с ограниченной ответственностью
«Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	4
1.1. Результаты освоения дисциплины.....	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	6
1.4. Оценочные материалы для проведения промежуточной, текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	7
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	9
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	9
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	9
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося... 11	11

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
ОК 8	Самостоятельно определять задачи	Уметь определять задачи профессионального и	Знать технологии саморазвития;

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
		производства рекламного продукта	видеосъемки в рекламе
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации по дисциплине являются другие формы контроля (контрольные работы) и экзамен, которые проводятся в виде выставки-просмотра.

Экзамен по дисциплине проводится в форме тестирования по теоретическому материалу и выполнения творческой работы (рисунок) по заданию с последующей её оценкой преподавателем. Результаты освоения дисциплины выражены в виде пятибалльной отметки.

Контрольные работы проводятся по разделам учебной дисциплины в форме выставок-просмотров творческих работ, выполненных обучающимся в течение соответствующего семестра.

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемых компетенций: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Творческие задания:

1. Выполнить рисунок пространства комнаты
2. Выполнить зарисовки предметов быта с натуры
3. Выполнить рисунок натюрморта из простых по форме предметов быта.
4. Выполнить рисунок натюрморта из предметов быта
5. Зарисовать части лица (глаза, нос, губы, ухо) с живой натуры.
6. Выполнить рисунок головы живой модели
7. Выполнить наброски верхних конечностей
8. Выполнить графические рисунки головы человека
9. Зарисовать мышцы человека (работа по иллюстрациям с книг)
10. Выполнить наброски нижних конечностей
11. Выполнить наброски фигуры человека с натуры
12. Выполнить рисунок фигуры человека с натуры

Тестовые задания.

1. Выберите один правильный вариант:

Линия горизонта находится:

- на уровне верхнего края предмета;
- в середине рисунка;
- на уровне глаз;
- на уровне основания постановки.

2. Выберите несколько правильных вариантов

Графическое решение натюрморта осуществляется в технике:

- масло;
- карандаш (25%);
- соус (25%);
- гуашь;
- темпера;
- уголь (25%);
- сангина (25%);
- акварель.

3. Соотнесите элементы двух списков

Определите тепло-холодность названных графических материалов:

Карандаш	холодный
Сангина	теплый
Уголь	холодный
Чернила	холодный
Сепия	теплый

4. Расположите элементы списка в необходимой последовательности

Расположите в верной последовательности выполнение графического решения постановки:

1. Подготовительный рисунок;
2. Композиционное решение листа;
3. Построение крупных форм в пространстве;
3. Проработка основных деталей;
4. Обобщение.

5. Задание на заполнение пропущенного ключевого слова (открытая форма задания).

В работе над архитектурной деталью используются: ... законы линейной и воздушной перспективы

1.4. Оценочные материалы для проведения промежуточной, текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Основы перспективы.

Коды контролируемых компетенций: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Другая форма контроля – Контрольная работа (творческое задание).

Творческие задания:

1. Рисунок предметов мебели во фронтальной/угловой перспективе
2. Рисунок пространства улицы
3. Зарисовка пространства комнаты с мебелью

Раздел 2 Рисунок натюрморта.

Коды контролируемых компетенций: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Другая форма контроля – Контрольная работа (творческое задание).

Творческие задания:

1. Рисунок натюрморта из геометрических тел
2. Рисунок натюрморта из предметов быта
3. Рисунок натюрморта из предметов быта с включением складок драпировки
4. Рисунок натюрморта в графической технике

Раздел 3. Рисунок головы человека.

Коды контролируемых компетенций: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Другая форма контроля – Контрольная работа (творческое задание).

Творческие задания:

1. Зарисовка частей лица (глаза, нос, губы, ухо) с гипсового слепка
2. Рисунок головы с гипсового слепка с детальной проработкой всех частей лица
3. Рисунок головы живой модели
4. Рисунок гипсового слепка кисти руки
5. Рисунок полуфигуры человека с руками
6. Графический рисунок головы человека

Раздел 4. Рисунок фигуры человека.

Коды контролируемых компетенций: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Другая форма контроля – Контрольная работа (творческое задание).

Творческие задания:

1. Рисунок гипсового слепка стопы.
2. Рисунок фигуры человека с гипсового слепка («Геракл»)
3. Рисунок фигуры человека с натуры
4. Рисунок фигуры человека с натуры в интерьере
5. Графический рисунок фигуры человека

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам - программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ:
ОП.02. ЖИВОПИСЬ С ОСНОВАМИ ЦВЕТОВЕДЕНИЯ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла ОП.02. Живопись с основами цветоведения является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

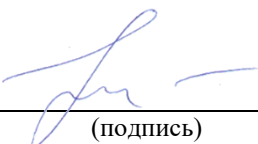
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А, преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла обсужден и утвержден на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель



(подпись)

Е.А. Суярова

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной
некоммерческой организации
Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества
с ограниченной ответственностью
«Логос-Дизайн»


(подпись)

С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	4
1.1. Результаты освоения дисциплины.....	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	6
1.4. Оценочные материалы для проведения промежуточной, текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	9
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	11
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	11
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	11
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося...	13

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
		производства рекламного продукта	
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации по дисциплине являются другие формы контроля (Контрольная работа) и экзамен, который проводится в письменной форме.

Экзамен по дисциплине проводится в форме тестирования по теоретическому материалу и выполнения творческой работы (рисунок) по заданию с последующей её оценкой преподавателем. Результаты освоения дисциплины выражены в виде пятибалльной отметки.

Контрольные работы проводятся по разделам учебной дисциплины в форме выставок-просмотров творческих работ, выполненных обучающимся в течение соответствующего семестра.

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемых компетенций: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Натюрморт из предметов быта в тёплой гамме
2. Натюрморт из предметов быта в холодной гамме
3. Натюрморт из предметов быта контрастных по цвету
4. Натюрморт из различных предметов с чучелом птицы
5. Натюрморт из предметов с включением орнаментальной драпировки
6. Натюрморт из предметов искусства с гипсовым орнаментом (розеткой)
7. Натюрморт из предметов различных по материалу
8. Живописный этюд декоративного натюрморта
9. Этюд обнажённой фигуры человека (женская модель)
10. Этюд обнажённой фигуры человека (женская модель)
11. Этюд одетой женской / мужской фигуры человека в положении сидя
12. Этюд женской/ мужской полуфигуры человека с руками

Вопросы теоретического характера

1. Материалы живописи: акварель, гуашь, темпера, пастель. Их выразительные возможности.
2. Колорит.
3. Воздушная и цветовая перспектива на примере пленэрного натюрморта, пейзажа.
4. Задачи, решаемые в процессе работы над натюрмортом. Влияние расстояния от зрителя до натуры на решение поставленных задач.
5. Понятие живописность, целостность, колорит, среда.
6. Предметный цвет.
7. Цветовой рефлекс и его влияние на предметы.
8. Понятие контраста, его разновидности. Одновременный световой и цветовой контраст. Пограничный контраст. Последовательный контраст.
9. Влияние освещения на восприятие цвета.
10. Понятие "живопись". Задачи реалистической живописи.
11. Техника акварельной живописи. Материалы и оборудование.
12. Тон, оттенок, нюанс. Полутон.
13. Основные характеристики цвета: цветовой тон, светлота, насыщенность.
14. Роль этюда в овладении живописной грамотой.
15. Материалы и оборудование для масляной живописи.
16. Тон. Градация тона, оттенок, нюанс. Полутон.
17. Предметный цвет.
18. Влияние освещения на цветное изображение в живописи.
19. Оборудование, технические и технологические особенности в условиях работы на пленэре различными живописными материалами.
20. Различие технических возможностей при работе маслом, гуашью, акварелью.
21. Основные характеристики цвета: цветовой тон, светлота, насыщенность.
22. Закономерности колорита и его зависимость от времени суток, времени года, погоды.
23. Цветовая гамма. Колорит.
24. Палитра художника. Ее изобразительные возможности. Смешение красок.
25. Роль колорита в восприятии произведения художника (анализ по произведениям художников).
26. Роль рисунка в создании живописного произведения.
27. Цветовые интервалы и цветовые ряды. Движение (развитие цвета).
28. Тональные отношения в природе и картине. Значение тона в реалистической живописи. Понятие «общий тон». Понятие камертона в живописи.
29. Передача пространства в живописном произведении.
30. Учебные задачи, решаемые при работе над живописью фигуры человека.
31. Решение основных учебных задач в тематическом портрете.
32. Различия композиционных решений в творческом портрете.
33. Собственные и несобственные качества цвета. Символика цвета.

Примеры тестовых заданий.

1. Выберите правильный ответ.

Холст изготавливают из

- а) целлюлозы
- б) шерстяных волокон
- в) льняного волокна

2. К холодным цветам относят:

- а) голубой, синий;
- б) красный, синий;
- в) сине-зелёный, жёлто-зелёный.

3. Фиолетовую краску можно получить, смешав:

- а) синюю и красную;
- б) красную и зелёную;
- в) синюю и зелёную.

4. Суть ахроматического контраста заключается в том, что:

- а) светлое пятно на тёмном фоне кажется ещё светлее;
- б) светлое пятно на тёмном фоне кажется темнее.

5. По теории цвета, разработанной К. Петровым-Водкиным, картину нужно строить на сочетании немногих простых цветов, восходящих к основному хроматическому трехцветию. Какие это цвета?

- а) «красный-черный-зеленый»
- б) «красный-синий-желтый»
- в) «синий-розовый-зеленый»
- г) «белый-серый-черный»

6. К составным цветам относятся:

- а) синий, жёлтый, красный;
- б) жёлтый, зелёный, оранжевый;
- в) оранжевый, зелёный, фиолетовый.

7. Различные оттенки серого называют:

- а) дополнительными;
- б) нейтральными;
- в) доминирующими

8. Задуманное художником цветовое сочетание, с помощью которого он создаёт художественный образ, называют:

- а) гармонией;
- б) гаммой цвета;

в) колоритом.

9. Вставьте в текст, пропущенные слова.

1. Сухие, мягкие, цветные мелки в ИЗО называются _____ (пастель).
2. Краски, состоящие из тонко растертых пигментов с водно-клеевым связующим и примесью белил, называются _____ (гуашью).
3. Принадлежность для рисования с пористым стержнем, пропитанным красителем называется _____ (фломастер).

Темы контрольных работ:

1. Этюд чучела птицы
2. Этюд предметов разных по материалу (стекло, металл)
3. Живопись обнаженной фигуры человека

1.4. Оценочные материалы для проведения промежуточной, текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Разделы 1-2. Цветоведение. Основы колорита в живописи.

Коды контролируемых компетенций:

ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Форма рубежного контроля – творческое задание.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Этюд овощей и фруктов
2. Этюд из простых бытовых предметов (гризайль)
3. Натюрморт из предметов быта в тёплой гамме
4. Декоративная интерпретация натюрморта
5. Натюрморт с букетом из искусственных цветов в холодной гамме
6. Натюрморт из предметов быта контрастных по цвету
7. Натюрморт из различных предметов с чучелом птицы
8. Натюрморт из предметов с включением орнаментальной драпировки
9. Натюрморт из предметов искусства с гипсовым орнаментом (розеткой)
10. Декоративная интерпретация натюрморта
11. Натюрморт из предметов различных по материалу (стекло, металл)

Разделы 3 - 4. Живопись живой природы. Живопись верхних и нижних конечностей человека

Коды контролируемых компетенций:

ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Форма рубежного контроля – творческое задание.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Этюд головы натурщика
2. Этюд стопы ног
3. Этюд кистей рук

Раздел 5. Живопись обнажённой натуры.

Коды контролируемых компетенций:

ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Форма рубежного контроля – творческое задание.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Женская модель
2. Мужская модель

Раздел 6. Живопись одетой фигуры человека

Коды контролируемых компетенций:

ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.2

Форма рубежного контроля – творческое задание.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Мужская полуфигура в костюме с руками
2. Декоративная интерпретация мужской полуфигуры с руками
3. Женская полуфигура в костюме с руками
4. Декоративная интерпретация женской полуфигуры с руками

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам - программам среднего профессионального образования,

программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.03. ИСТОРИЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла ОП.03 История изобразительного искусства является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

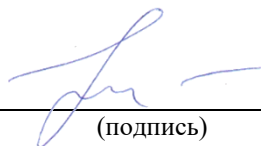
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств дисциплины разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Фонд оценочных средств дисциплины обсужден и утвержден на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель



(подпись)

Е.А. Суярова

Фонд оценочных средств дисциплины рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной
некоммерческой организации
Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества
с ограниченной ответственностью
«Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю).....	4
1.1. Результаты освоения дисциплины.....	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	6
1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	14
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	21
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	21
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	21
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося... ..	23

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных),	Уметь брать на себя ответственность за работу членов	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	результат выполнения заданий	команды, результат выполнения заданий	
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формой промежуточной аттестации по дисциплине является экзамен, который проводится в письменной форме (тестирование).

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2.

Тестовые задания:

1. Назовите автора произведения «Сикстинская мадонна»:

- а) Микеланджело
- б) Рафаэль
- в) Леонардо да Винчи
- г) Сандро Боттичелли

2. Стиль в архитектуре, декоративно-прикладном и изобразительном искусстве в первой трети XIX века в странах Европы, включающий в себя мотивы для воплощения мощи и воинской славы:

- а) готика
- б) модерн
- в) ампир
- г) барокко

3. Жанр живописи, являющийся составной частью исторического и мифологического жанра:

- а) анималистический
- б) батальный
- в) бытовой
- г) натюрморт

4. Свое название эта эпоха в развитии культуры Европы получила в связи с возрождением интереса к античному искусству:

- а) Средневековье
- б) Искусство XX века
- в) первобытное искусство
- г) Возрождение

5. Великий русский художник, написавший огромное количество «пейзажей настроения», проникнутых лирикой и грустью:

- а) И. Шишкин
- б) И. Левитан
- в) К. Саврасов
- г) И. Репин

6. Художественный стиль, возникший в эпоху Средневековья, архитектурные сооружения которого выглядят как «раскрытые каменные книги»:

- а) барокко
- б) модерн
- в) готика
- г) эклектика

7. Вид графического искусства, в котором изображение получается в результате оттиска

с печатной формы:

- а) гравюра
- б) рисунок
- в) монотипия
- г) живопись

8. Искусство, зародившееся в Византии в IV веке и распространившееся на весь мир:

- а) живопись
- б) скульптура
- в) иконопись
- г) архитектура

9. Произведение декоративно-прикладного искусства, выполненное из цветного стекла, скреплённого свинцовыми перемычками:

- а) коллаж
- б) мозаика
- в) граттаж
- г) витраж

10. Художественное произведение малых размеров, отличающееся декоративностью форм, орнаментальностью, тонкостью письма:

- а) лубок
- б) литография
- в) миниатюра
- г) ксилография

11. Жанр изобразительного искусства, посвященный событиям и героям, о которых рассказывают древние народы:

- а) мифологический
- б) батальный
- в) исторический
- г) бытовой

12. Авторы храма Василия Блаженного в Москве:

- а) Минин и Пожарский
- б) Барма и Постник
- в) Иванов и Петров
- г) Фофан Грек и
- д) Дионисий

13. К жанру портрета относятся:

- а) философский
- б) костюмированный
- в) лирический
- г) художественный

14. Стиль европейского искусства второй четверти и середины XVIII века, созвучный с названием орнамента, строящегося на основе завитка раковины:

- а) барокко
- б) рококо
- в) готика
- г) модерн

15. Художественный стиль X-XII века, связанный с античной культурой Рима, основу архитектуры которого составляли замки и крепости:

- а) романский
- б) классический
- в) крепостной
- г) готический

16. Вид изобразительного искусства, произведения которого имеют материальный трехмерный объем:

- а) живопись
- б) папье-маше
- в) скульптура
- г) коллаж

17. Художники этого направления считали, что творческая энергия исходит из сферы подсознания – сна или гипноза:

- а) авангард
- б) сюрреализм
- в) футуризм
- г) кубизм

18. Основные черты этого стиля – парадность, торжественность, пышность и динамичность:

- а) классицизм
- б) рококо
- в) барокко
- г) готика

19. Течение в искусстве XX века, главным представителем которого был К. Малевич:

- а) кубофутуризм
- б) экспрессионизм
- в) реализм
- г) супрематизм

20. Самое знаменитое творение этого архитектора - Зимний дворец в Санкт-Петербурге:

- а) К. И. Росси
- б) А. Н. Воронихин
- в) В. Ф. Растрелли
- г) А. Д. Захаров

21. Советский художник, совершивший подлинный переворот в живописи и создавший первые абстрактные композиции:

- а) В. Кандинский
- б) В. Татлин
- в) А. Куинджи
- г) В. Фаворский

22. Кто из художников является представителем постимпрессионизма:

- а) И. Шишкин
- б) В. Ван Гог
- в) Рембрандт
- г) А. Дюрер

23. Первая икона, привезенная на Русь в XII веке:

- а) казанская Богоматерь
- б) Владимирская Богоматерь
- в) Иерусалимская Богоматерь
- г) Донская Богоматерь

24. В настоящее время высота пирамиды Хеопса в Египте составляет:

- а) 1000 м
- б) 233 м
- в) 138 м
- г) 158 м

25. С какими странами связано понятие «античное искусство»:

- а) Древнего Египта и Греции
- б) Древнего Рима и Греции
- в) Древнего Египта и Рима
- г) Древней Руси и Китая

26. Советский скульптор, автор монументального произведения «Родина-мать зовёт»:

- а) В. Вучетич
- б) В. Мухина
- в) А. Дейнека
- г) С. Лебедева

27. Одно из важнейших художественных направлений XX века, призванное воспитывать людей в духе коммунистической морали:

- а) авангардизм
- б) конструктивизм
- в) сталинский ампи́р
- г) соцреализм

28. Тип храма, преобладающий в древнерусском зодчестве?

- а) заупокойный
- б) базиликальный
- в) кресто-купольный
- г) шатровый

29. Назовите автора иконы «Троица»:

- а) Ф. Грек
- б) Дионисий
- в) А. Рублев
- г) Д. Черный

30. Назовите архитектурное сооружение, которое не относится к ансамблю Афинского акрополя:

- а) Храм Зевса
- б) Парфенон
- в) Храм Ники Аптерос
- г) Пропилеи

31. В каком году была основана Академия художеств в Петербурге?

- а) 1705
- б) 1764
- в) 1719
- г) 1757

32. Искусство древней Греции, это:

- а) искусство мертвых
- б) искусство жизни
- в) искусство любви
- г) искусство красоты

33. Как называется система несущих и несомых частей в балочно-стоечной конструкции храма:

- а) базилика
- б) архитектурный ордер
- в) колоннада
- г) подкупольный свод

34. Направление в живописи второй половины XIX-начала XX века, зародившееся во Франции, передающее впечатление от увиденного:

- а) экспрессионизм
- б) классицизм
- в) постимпрессионизм
- г) импрессионизм

35. Жанр изобразительного искусства, предметом которого является изображение природы, ландшафта, местности:

- а) натюрморт
- б) портрет
- в) пейзаж
- г) ландшафтный дизайн

36. Как называется круглое или многогранное завершение храма, увенчанное куполом?

- а) барабан
- б) апсида
- в) кокошник
- г) конха

38. Автор памятника Петру I на Сенатской площади в Петербурге?

- а) К.-Б. Растрелли
- б) Э.-М. Фальконе
- в) Ф. Шубин г) И. Мартос

39. Автор мраморной статуи Давида, являющейся вершиной скульптурного гения искусства Возрождения:

- а) Микеланджело
- б) Лоренцо Бернини
- в) М. Козловский
- г) Роден

40. Как называлось объединение русских художников-реалистов второй половины XIX века?

- а) «Артель художников»
- б) «Мир искусства»
- в) «Ослиный хвост»
- г) «Товарищество передвижных художественных выставок»

41. Выпуклый низкий рельеф, в котором изображение возвышается над плоскостью не более, чем на половину своего реального объема:

- а) лепнина
- б) горельеф
- в) мелкая пластика
- г) барельеф

42. Автор четырех конных скульптур «Укротители коней» на Аничковом мосту в Санкт – Петербурге?

- а) М. Антокольский
- б) П. Клодт
- в) М. Микешин
- г) И. Мартос

43. Назовите автора слов: «Демон – значит «душа» и олицетворяет собой вечную борьбу мятущегося человеческого духа, не находящего ответа на свои сомнения ни на земле, ни на небе».

- а) Б.Кустодиев
- б) И. Репин
- в) С. Дали
- г) М. Врубель

44. Назовите дату основания Третьяковской галереи в Москве.

- а) 1799
- б) 1856
- в) 1811
- г) 1878

45. Как называется ребро свода готического собора?

- а) кронштейн
- б) нервюра
- в) парус
- г) контрфорс

46. При создании скульптурной группы «Рабочий и колхозница» В. Мухина впервые в истории искусства использовала новый материал:

- а) нержавеющей сталь
- б) алюминий
- в) чугун
- г) золото

47. Живописный приём, разработанный Леонардо да Винчи, для которого характерны мягкость исполнения, неуловимость предметных очертаний:

- а) светотень
- б) отмывка
- в) sfumato
- г) лессировка

48. Свод установленных правил в изобразительном искусстве, определяющих нормы композиции, колорита и систему пропорций:

- а) сюжет
- б) закон
- в) канон
- г) устав

49. Стиль европейского искусства XVII – XIX веков, строящийся на основе логики и рационализма, характеризующийся строгостью форм и уравновешенностью композиции:

- а) классицизм
- б) романтизм
- в) реализм
- г) модернизм

50. Определите, какой художник из ниже перечисленных является автором данных произведений:

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| 1. Леонардо да Винчи | а) Портрет А. С. Пушкина |
| 2. К. Саврасов | б) «Рожь» |
| 3. И. Левитан | в) «Сикстинская Мадонна» |
| 4. М. Врубель | г) «Джоконда» |
| 5. О. Кипренский | д) «Царевна-лебедь» |
| 6. Рембрандт | е) «Грачи прилетели» |
| 7. И. Шишкин | ж) «Золотая осень» |
| 8. Рафаэль | з) «Даная» |
| 9. Э. Дега | и) «Боярыня Морозова» |
| 10. В. Суриков | к) «Голубые танцовщицы» |

1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Тема 1. Первобытное искусство

Форма рубежного контроля – опрос.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Назовите основные черты первобытного искусства.
2. Когда было открыто первобытное искусство?
3. В какие исторические периоды первобытное искусство развивалось наиболее интенсивно?
4. Как вы думаете, почему изображение человека не было главным в эпоху палеолита?
5. Какие женские изображения были распространены в эпоху палеолита?
6. Как изображали зверей в первобытном искусстве?
7. Расскажите об особенностях пещерной живописи.
8. Какие формы изобразительного творчества характерны для эпохи палеолита?
9. Расскажите о сюжетах наскальной живописи и первобытных рельефов?
10. Назовите основные типы мегалитических сооружений и охарактеризуйте их.
11. Расскажите об архитектурных достоинствах Стоунхенджа.
12. Расскажите о художественном творчестве древних кельтов.
13. Какие художественные изделия находили в скифских курганах?
14. В чем состоят особенности звериного стиля?

Тема 2. Искусство Древнего мира

Форма рубежного контроля – доклад, презентация.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Тайны египетских пирамид.
2. Архитектура Древнего Египта.
3. Заупокойные сооружения Долины Царей и Долины Цариц.
4. Скульптура Древнего Египта.
5. Символы и знаки древнеегипетских орнаментов.
6. Живопись Древнего Египта.
7. Сокровища гробницы Тутанхамона.
8. Мифические персонажи в искусстве Древней Передней Азии.
9. Шедевры ассирийско-вавилонской архитектуры.
10. Художественная культура Ассирии.
11. Канон и новаторство в скульптуре народов Древней Передней Азии.
12. Архитектура, росписи и декоративное искусство Крита и Микен.
13. Кносский дворец — центр художественной жизни Крита.
14. Храмы Древней Греции.
15. Афинский Акрополь — памятник мирового искусства.
16. Изображение богов и героев в древнегреческом искусстве.
17. Шедевры древнегреческой скульптуры.
18. Выдающиеся скульпторы Эллады.

19. Древнегреческая вазапись: функции в культуре, этапы развития.
20. Образ человека в искусстве Древней Греции.
21. Этрусская скульптура.
22. Шедевры древнеримской архитектуры.
23. Форумы Древнего Рима.
24. Достижения римского скульптурного портрета.
25. Мозаики и фрески Древнего Рима.
26. Гибель и новое открытие Помпей.

Тема 3. История западноевропейского искусства
Форма рубежного контроля – доклад, презентация.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Архитектура купольной базилики и крестово-купольного храма.
2. Мозаики Равенны.
3. Византийская иконография.
4. Образ романского собора.
5. Скульптура романского периода.
6. Убранство романского интерьера.
7. Готический собор как образ мира.
8. Архитектурно-художественное убранство соборов Парижа.
9. Памятники испанской готической архитектуры.
10. Альгамбра — комплекс дворцов и садов.
11. Образы готической скульптуры.
12. Витражи готических соборов.
13. Образ человека в искусстве Возрождения.
14. Общее и отличное в изображении человека в эпохи Античности и Ренессанса.
15. Гуманизм искусства эпохи Возрождения.
16. Шедевры архитектуры Возрождения.
17. Гении Высокого Возрождения: Леонардо да Винчи, Рафаэль и Микеланджело.
18. Пространство и время в творчестве художников Возрождения.
19. Портрет в живописи Леонардо да Винчи и Рафаэля.
20. Шедевры Северного Возрождения.
21. Хиеронимус Босх — автор мистических фантасмагорий.
22. Творчество Питера Брейгеля Старшего.
23. Эволюция личности в автопортретах А. Дюрера.
24. Шедевры архитектуры стиля барокко.
25. Роль понятия времени в живописной концепции позднего Ренессанса и барокко.
26. Образы Рембрандта.
27. Жизнеутверждающее искусство Рубенса.
28. Открытия Веласкеса в области цвета, света и композиции.
29. Живопись классицизма.
30. Шедевры архитектуры стиля классицизм.
31. Архитектурно-парковый ансамбль Версаля.

32. Шедевры европейской живописи стиля рококо.
33. Творчество Тьеполо.
34. Архитектурные памятники французского рококо.
35. Архитектура и живопись французского классицизма XVIII в.
36. Просветительский классицизм в творчестве Давида.
37. Английская портретная живопись XVIII в.
38. Архитектурно-художественный ансамбль Цвингсра.
39. Архитектура Берлина эпохи классицизма.
40. Архитектура стиля ампир.
41. Стиль ампир в интерьере.
42. Декоративные мотивы стиля ампир.
43. Образ человека в искусстве классицизма и романтизма.
44. Цвет в романтическом пейзаже.
45. Романтическая живопись Франции.
46. Романтизм в английской живописи.
47. «Капричос» Гойи.
48. Композиция и цвет в пейзажах У. Тёрнера.
49. Творчество Д. Констебла.
50. Творчество художников барбизонской школы.
51. Пейзажная живопись К. Коро.
52. Критический реализм в живописи Милле и Курбе.
53. Домье — мастер сатирических образов.
54. Импрессионизм в живописи, скульптуре и музыке.
55. Передвижники и импрессионисты.
56. Творчество О. Родена.
57. Живописные открытия постимпрессионистов.
58. Архитектура модерна.
59. Творчество А. Гауди.
60. Скульптура модерна.
61. Живопись и графика А. Мухи.
62. Особенности творческого метода Г. Климта.

Тема 4. История искусства стран Востока

Форма рубежного контроля – доклад, презентация.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Архитектура и скульптура индийских храмов.
2. Росписи Аджанты.
3. Образ Будды в индийском искусстве.
4. Искусство индийской миниатюры.
5. Шедевры изобразительного искусства Китая.
6. Архитектурные памятники Древнего Китая.
7. Традиции средневековой японской архитектуры.

8. Конструктивные и художественные особенности традиционного японского жилища.
9. Образы природы в средневековой японской живописи.
10. Искусство укиё-э.
11. Красавицы Утамаро.
12. Хиросигэ — мастер пейзажа.
13. Жизнь и творчество Хокусая.
14. Икэбана — древнее искусство составления цветочных композиций.

Тема 5. История искусства доколумбовой Америки

Форма рубежного контроля – опрос.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Какие группы мифов существовали у индейцев?
2. Какие мифологические образы были воплощены в искусстве индейцев?
3. Какие типы архитектурных сооружений сохранились со времен доколумбовой Америки?
4. Почему ольмекское изобразительное искусство отличалось «ягуарьими» чертами?
5. Какие монолитные каменные изваяния ольмеков сохранились до наших дней?
6. Расскажите о памятниках Теотиуакана.
7. Приведите примеры памятников ацтеков.
8. Расскажите о пирамидах майя.
9. Расскажите об особенностях храмов инков.
10. Художественное наследие американских аборигенов.
11. Пирамиды Латинской Америки.
12. Золотые изделия инков и майя.

Тема 6. История русского искусства

Форма рубежного контроля – доклад, презентация.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Архитектура древнерусских храмов.
2. Русское деревянное зодчество.
3. Традиции древнерусской иконописи.
4. Фрески Феофана Грека.
5. Творчество А. Рублева.
6. Градостроительный ансамбль Петербурга XVIII в.
7. Дворцово-парковые ансамбли Петергофа, Царского Села и Павловска.
8. Архитектура Москвы XVIII в.
9. Портрет в живописи и скульптуре первой половины и середины XVIII в.
10. Портретная живопись Ф. С. Рокотова, Д. Г. Левицкого и В.Л. Боровиковского.
11. Скульптура второй половины XVIII в.
12. Монументальная пластика первой половины XIX в.
13. Русские живописцы первой половины XIX в.

14. Портрет в живописи В.Тропинина.
15. А. Г. Венецианов и сто школа.
16. Портретная живопись К. П. Брюллова.
17. Библейские сюжеты в творчестве
18. И.К.Айвазовский — романтик моря.
19. Реализм передвижников.
20. Социальные темы в творчестве И. Е. Репина и В. Г. Перова.
21. Историческая живопись В. И.Сурикова.
22. Пейзаж в русской живописи XIX в.
23. Скульптура второй половины XIX в.
24. Архитектура Санкт-Петербурга и Москвы XIX в.
25. Модерн в русской архитектуре.
26. В. Васнецов — художник русской сказки.
27. К. Коровин — русский импрессионист.
28. Портретная живопись В. Серова.
29. Образ Демона в творчестве М. Врубеля.
30. Символизм В. Борисова-Мусатова.
31. Художники русского театра XIX в.
32. Творческое объединение художников «Мир искусства».
33. Символизм в творчестве художников «Голубой розы».
34. Проблемы синтеза искусств в русском модерне.

Тема 7. Искусство XX в

Форма рубежного контроля – опрос.

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Расскажите о шедеврах западноевропейской и американской архитектуры начала XX в.
2. Кратко охарактеризуйте основные направления развития зарубежной архитектуры второй половины XX в.
3. Приведите примеры использования принципа свободного проектирования в зарубежной архитектуре.
4. Расскажите об особенностях конструктивного решения здания Сиднейской оперы.
5. Расскажите о функционализме в творчестве зарубежных архитекторов.
6. Сравните конструктивизм и деконструктивизм в архитектуре.
7. Что вам известно о шедеврах зарубежной архитектуры стиля хай-тек?
8. Охарактеризуйте минимализм в зарубежной архитектуре.
9. Расскажите о творчестве В. Гропиуса. Приведите примеры того, как он развивал принципы художественного единства предметной среды.
10. Над какими архитектурными проблемами работал Л. Мис ван дер Роэ?
11. Какие архитектурные принципы провозгласил Ле Корбюзье? Как он их применял в своей творческой практике?
12. Что нового привнес в архитектуру Ф.Л.Райт?
13. Расскажите об основных тенденциях развития русской архитектуры в XX в.

14. Какое место занимает конструктивизм в архитектуре русского авангарда?
15. Как вы считаете, чем интересны архитектурные фантазии Я.Чернихова?
16. Дайте краткую характеристику творчества К. Мельникова.
17. Как вы считаете, возросло ли значение идеологической функции искусства в XX в.?
18. Справедливо ли утверждение, что искусству XX в. тесно в залах музеев? Приведите примеры.
19. Как художники используют достижения художественной культуры прошедших столетий в искусстве XX в.?
20. Как взаимодействует со зрителем современное искусство?
21. Как в искусстве XX в. отличить «хорошее» произведение от «плохого», если не ставится вопрос о том, хорошо или плохо оно нарисовано? Где грань, за которой появляется собственно произведение искусства?
22. Каковы основные направления развития авангардизма?
23. Сравните хэппенинг, инсталляцию, энвайронмент и перформанс.
24. Каковы главные черты постмодернизма?
25. Что нового привнес фовизм в развитие искусства? Расскажите о творчестве А. Матисса.
26. Охарактеризуйте периоды развития кубизма.
27. В чем заключается универсальность художественного гения П. Пикассо?
28. Сравните картину П. Пикассо «Портрет Доры Маар» и роспись древнеегипетской гробницы «Знатная египтянка за туалетом».
29. Расскажите об этапах творчества Ж. Брака.
30. Какие особенности были характерны для творчества художников-футуристов?
31. Какой художественный прием Дж. Балла использовал для передачи движения на полотне? Приведите примеры его произведений.
32. Что объединяло художников-экспрессионистов Э. Мунка и П.Клее?
33. Дайте характеристику абстракционизму.
34. В чем состоят особенности геометрических абстракций П. Мондриана?
35. Расскажите о творческом методе Дж. Поллока.
36. Какие приемы использовал для создания скульптур Г. Мур?
37. С помощью каких художественных приемов сюрреалисты фиксировали на холсте подсознательное?
38. Расскажите о творчестве С. Дали.
39. Что было главным в творчестве Р. Магритта?
40. Сравните картину Р. Магритта «Сон человека» и картину П. Пикассо «Портрет Амброаза Воллара».
41. Почему Ж. Миро можно назвать мастером фантастических знаков? Объясните свою точку зрения, используя примеры из его произведений.
42. Перечислите основные черты поп-арта.
43. Что помогло добиться успеха Э. Уорхолу? Приведите примеры его произведений.
44. Расскажите об особенностях оп-арта.
45. Охарактеризуйте творчество В. Вазарели.

46. Что отличает произведения художников-гиперреалистов?
47. Как проявился концептуализм в изобразительном искусстве.
48. Расскажите о видах произведений кинетического искусства.
49. Охарактеризуйте русский авангард первой половины XX в.
50. Расскажите о художественных объединениях «Бубновый валет» и «Ослиный хвост».
51. Какие темы воплощал в творчестве К. С. Петров-Водкин?
52. В чем состоит своеобразие творчества М. Шагала?
53. Расскажите о творчестве В. Кандинского.
54. В чем состояли живописные приемы П. Филонова.
55. Как идеи супрематизма К. Малевича повлияли на дальнейшее развитие искусства?
56. Охарактеризуйте проявления конструктивизма в русском изобразительном искусстве.
57. Как развивал принципы конструктивизма Эль Лисицкий?
58. Какими видами искусства занимался А. Родченко? Что нового он привнес в изобразительное искусство?
59. Расскажите о произведениях художника-конструктивиста В. Татлина.
60. В чем состоит концепция художников соцреализма?
61. Как скульпторы Н.А.Андреев, С.Т. Коненков, В. И. Мухина и И.Д. Шадр воплощали идеи соцреализма?
62. Как передавал образы новых людей А. М. Герасимов?
63. Какие произведения А.А.Дейнеки были наиболее характерны для соцреализма?
64. Как историко-революционная тематика отражена в двух главных картинах Б. В. Иогансона?
65. Расскажите об особенностях историко-героических полотен П.Д. Корина.
66. Какая тема была главной в творчестве Ю.И.Пименова? Приведите примеры.
67. Где искал темы и сюжеты для полотен А. А. Пластов? Приведите примеры.
68. Расскажите о творчестве художников «сурового стиля» Г. Коржева, А. Иванова, Т. Салахова.
69. Приведите примеры акций московских концептуалистов.
70. Что вам известно о соц-арте? Какие художники являются его представителями?
71. Что было характерно для творчества Д. Жилинского?
72. Расскажите о наиболее значимых произведениях В. Попкова.
73. Расскажите о творческом пути Э. Неизвестного.
74. Какие традиции развивал в своем творчестве М. Шемякин?

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам - программам среднего профессионального образования,

программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04. ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств дисциплины ОП.04 Экономика организации является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

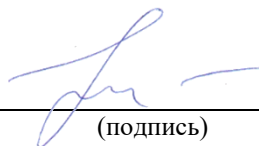
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств дисциплины разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Фонд оценочных средств дисциплины обсужден и утвержден на заседании ПЦК. Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель



(подпись)

Е.А. Суярова

Фонд оценочных средств дисциплины рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной
некоммерческой организации
Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества
с ограниченной ответственностью
«Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	4
1.1. Результаты освоения дисциплины.....	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	6
1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	8
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	8
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	15
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	15
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	17

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Уметь 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
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	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.

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формой промежуточной аттестации по дисциплине является экзамен, который проводится в устной и письменной форме.

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3, ПК 3.2

Теоретический блок вопросов:

1. Цель функционирования предприятия в условиях рыночной экономики.
2. Влияние конкуренции на деятельность предприятия.
3. Виды предпринимательской деятельности и их характеристика.
4. Классификация предприятий по различным критериям.
5. Классификация предприятий по размерам и видам деятельности.
6. Классификация предприятий по формам собственности.
7. Роль малых предприятий в формировании рыночной экономики.
8. Проблемы малого бизнеса в России и пути их преодоления.
9. Общества с ограниченной ответственностью. Их особенности.
10. Виды товариществ. Их особенности.
11. Акционерные общества. Их виды и особенности.
12. Унитарные предприятия. Их особенности.
13. Структура кадров на предприятии. Понятие «мотивация труда»
14. Количественная и качественная характеристика трудовых ресурсов предприятия.
15. Показатели эффективности использования трудовых ресурсов и их расчет.
16. Резервы и пути повышения производительности труда на предприятии.
17. Основные формы и системы оплаты труда на предприятии. Кратко охарактеризовать.
18. Сдельная оплата труда. Условия ее применения.
19. Повременная оплата труда. Условия ее применения.

20. Бестарифная система оплаты труда. Ее особенности.
21. Основные средства на предприятии, их структура.
22. Основные виды оценки основных средств.
23. Физический и моральный износ основных средств
24. Амортизация основных средств и методы начисления амортизационных начислений.
25. Ускоренная амортизация, методы ее расчета.
26. Основные показатели, характеризующие уровень использования основных средств
27. Пути улучшения использования основных средств.
28. Производственная мощность предприятия, порядок ее определения и пути улучшения использования.
29. Производственные мощности предприятия
30. Оборотные фонды предприятия, их структура.
31. Оборотные средства предприятия, их структура
32. Показатели уровня использования оборотных средств. Пути ускорения оборачиваемости оборотных средств.
33. Основные пути экономии оборотных фондов предприятия.
34. Сущность планирования на предприятии. Принципы планирования.
35. Основные методы планирования на предприятии, проблемы совершенствования.
36. Виды планов предприятия, показатели, применяемые при составлении планов.
37. Основные разделы плана экономического и социального развития предприятия.
38. Производственная программа предприятия. Схема расчета объемных показателей.
39. Цели создания бизнес-плана и его сущность.
40. Основные разделы бизнес-плана, кратко охарактеризовать.
41. Управление на предприятии, особенности управления в условиях рынка.
42. Дивизиональная схема управления, ее особенности.
43. Линейная схема управления, ее особенности.
44. Проектная схема управления, ее особенности.
45. Понятие инвестиционной деятельности предприятия.
46. Структура капитальных вложений на предприятии.
47. Понятие «инвестиционного проекта» и его стадии.
48. Основные источники инвестиций предприятия.
49. Показатели экономической эффективности инвестиционных проектов.
50. Особенности оценки эффективности инвестиционных проектов с учетом факторов риска.
51. Сущность и роль маркетинговой деятельности на предприятии.
52. План маркетинга, краткая характеристика основных разделов плана.
53. Виды маркетинга на предприятии, кратко охарактеризовать.
54. Производственный процесс, понятие производственного процесса.
55. Основные типы производства: единичное, серийное, массовое.
56. Основные формы организации производства, кратко охарактеризовать.
57. Концентрация производства. Основные формы концентрации производства.
58. Специализация производства. Основные формы специализации производства.
59. Кооперирование производства. Основные формы кооперирования.
60. Сущность качества продукции. Показатели качества продукции.
61. Роль качества в повышении конкурентоспособности предприятия.
62. Основные факторы, влияющие на качество продукции.
63. Сущность основных понятий в области стандартизации и сертификации продукции.
64. Системы управления качеством продукции на предприятии. Этапы
65. «жизненного цикла» продукции.

66. Пути повышения качества продукции на предприятии.
67. Сущность и понятия логистики. Специфика логистического подхода к управлению материальными потоками в экономике.
68. Организационная структура на предприятии.
69. Характеристика функциональных областей логистики
70. Понятие производственной логистики, ее сущность.
71. Понятие закупочной логистики, ее сущность.
72. Сущность издержек производства, их виды.
73. Основные показатели, характеризующие финансовую деятельность предприятия.
74. Финансовое планирование на предприятии.
75. Основные задачи управления финансами.
76. Себестоимость продукции, ее функции, виды, значение снижения для деятельности предприятия.
77. Классификация затрат по элементам затрат и ее значение.
78. Классификация затрат по статьям калькуляции.
79. Планирование и основные направления снижения себестоимости продукции.
80. Прибыль предприятия, ее содержание. Формирование прибыли..
81. Порядок распределения прибыли предприятия. Понятие «чистая прибыль».
82. Основные методы расчета величины прибыли.
83. Понятие рентабельности и расчет ее показателей.
84. Система цен и их классификация. Факторы, влияющие на уровень цены.
85. Внешнеэкономическая деятельность предприятия и ее виды.
86. Порядок осуществления внешнеторговой деятельности предприятия.
87. Сущность внешнеторгового контракта и его составление.
88. Основные формы расчета по внешнеторговым сделкам.
89. Методы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности предприятия.
90. Роль НТП в развитии интенсификации производства.
91. Основные направления НТП и их содержание.
92. Понятие банкротства предприятия.
93. Процедуры, применяемые к предприятию должнику.
94. Сущность анализа хозяйственной деятельности на предприятии.
95. Последовательность анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
96. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.
97. Анализ основных показателей технического состояния предприятия.

1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Тема 1. Организация – основа экономики

Форма рубежного контроля – тест.

1. Высшим органом управления акционерным обществом является...

- а) совет директоров
- б) наблюдательный совет
- в) общее собрание акционеров
- г) правление

2. В уставе предприятия НЕ указывается информация о...

- а) учредителях
- б) видах деятельности
- в) номенклатуре выпускаемой продукции
- г) руководителях

3. К коммерческим организациям относятся...

- а) объединения и союзы
- б) общественные организации
- в) государственные унитарные предприятия
- г) потребительские кооперативы

4. К основным признакам предприятия НЕ относится...

- а) оперативно-хозяйственная и экономическая самостоятельность
- б) единоначалие
- в) обособленность имущества
- г) высокая оборачиваемость капитала

5. К функциям управления относят...

- а) управление привлечением инвестиций
- б) планирование, организацию, мотивацию, контроль
- в) управление кадровым составом предприятия
- г) управление технологическим режимом производства продукции

6. Направлением повышения эффективности работы предприятия является....

- а) внедрение новых технологий
- б) повышение заработной платы работников
- в) выпуск акций
- г) увеличение объемов производства продукции

7. Предприятие, не наделенное правом собственности на закрепленное за ним имущество, - это _____

8. Уставный капитал акционерного общества составляется из ...

- а) номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами
- б) стоимости акций общества, при процедуре листинга
- в) рыночной стоимости акций общества
- г) рыночной стоимости акций общества, приобретенных акционерами

9. К активной части основных средств относятся...

- а) сооружения
- б) транспортные средства
- в) здания

г) многолетние насаждения

10. Амортизацией основных производственных фондов является процесс...

- а) определения расходов на текущий ремонт основных фондов
- б) определения расходов по содержанию основных фондов
- в) определения расходов на капитальный ремонт и модернизацию основных фондов
- г) перенесения стоимости основных фондов на себестоимость изготавливаемой продукции

Тема 2. Основные средства предприятия

Форма рубежного контроля – тест.

1. Важнейшим показателем производственной структуры основных производственных фондов является доля...

- а) арендованных фондов
- б) собственных фондов
- в) пассивной части
- г) активной части

2. Восстановительная стоимость основных средств определяется:

- а) затратами на воспроизводство основных фондов в современных условиях
- б) суммой затрат на ремонт и модернизацию
- в) разницей между первоначальной стоимостью и накопленной суммой износа
- г) разницей между первоначальной и остаточной стоимостью

3. Коэффициент выбытия основных средств определяется как отношение...

- а) остаточной стоимости выбывших основных средств к стоимости основных средств на начало года
- б) цены последующей реализации выбывших основных средств к среднегодовой стоимости основных средств
- в) остаточной стоимости выбывших основных средств к стоимости основных средств на конец года
- г) полной стоимости выбывших основных средств к стоимости основных средств на начало года

4. Первоначальная стоимость группы объектов на 1 января составляла 160 тыс. руб, срок службы 10 лет. Определить сумму начисленной амортизации, если фактический срок эксплуатации 3 года.

- а) 10 тыс. руб.
- б) 16 тыс. руб.
- в) 48 тыс. руб.
- г) 64 тыс. р.

5. Показатель, рассчитываемый отношением товарной продукции к стоимости основных средств, называется...

- а) ликвидностью
- б) фондоотдачей
- в) фондоемкостью
- г) рентабельностью

6. К пассивной части основных средств относятся:

- а) станки и оборудование
- б) здания и сооружения
- в) рабочие машины и оборудование
- г) производственные транспортные средства

7. Производственная мощность предприятия измеряется в...

- а) процентах
- б) стоимостном выражении
- в) натуральных измерителях
- г) коэффициентах

8. Расчет амортизационных отчислений производится _____ методами.

- а) материальными и нематериальными
- б) стоимостными и натуральными
- в) линейным и нелинейным
- г) прямыми и косвенными

9. Уменьшение стоимости машин и оборудования под влиянием сокращения общественно необходимых затрат на их воспроизводство и внедрения новых технологий отражает ...

- а) физический износ нематериальных активов
- б) моральный износ
- в) физический износ
- г) износ основных фондов

10. Экстенсивное использование основных производственных фондов характеризует...

- а) фондовооруженность труда
- б) фондоотдача
- в) рентабельность производства
- г) коэффициент экстенсивного использования оборудования, коэффициент сменности

Тема 3.оборотные средства организации

1. В кругообороте оборотных средств не предусмотрена стадия ...

- а) реализации
- б) снабжения
- в) производства
- г) складская

2. В состав оборотных средств предприятия входят ...

- а) только производственные запасы
- б) незавершенное производство, готовая продукция на складе
- в) оборотные фонды и фонды обращения
- г) запасы материалов, запасных частей, топлива, готовой продукции на складе

3. В состав оборотных производственных фондов предприятия входят материально-вещественные элементы:

- а) готовая продукция, денежные средства в кассе, на расчетном счету предприятия
- б) прибыль предприятия, задолженность поставщикам
- в) производственные запасы сырья, материалов, полуфабрикатов, покупных изделий, запасных частей, топлива. Незавершенное производство, расходы будущих периодов
- г) станки, агрегаты

4. В состав оборотных средств предприятия НЕ входят (ит):

- а) расходы будущих периодов
- б) производственные запасы
- в) станки. агрегаты
- г) готовая продукция на складах предприятия

5. Задолженность покупателей за отгруженную продукцию перед предприятием относится к...

- а) дебиторская задолженность
- б) внеоборотным активам
- в) кредиторской задолженности
- г) собственному капиталу

6. К ненормируемым оборотным средствам относят...

- а) готовую продукцию
- б) незавершенное производство
- в) дебиторскую задолженность
- г) производственные запасы

7. Кругооборот оборотных средств завершается...

- а) продукцией на складе предприятия

- б) приемкой готовой продукции
- в) отгрузкой продукции потребителю
- г) зачислением выручки на счет предприятия

8. Под структурой оборотных средств понимается ...

- а) сегментация оборотных средств
- б) натуральный состав оборотных средств
- в) соотношение их отдельных элементов во всей совокупности оборотных средств
- г) стоимостное выражение элементов оборотных средств

Тема 4. Финансы организации

Форма рубежного контроля – тест.

1. Средства добавочного капитала могут быть направлены на:
 - А. Покрытие непредвиденных потерь
 - Б. Выплату дивидендов
 - В. Погашение облигаций
 - Г. Распределение между участниками
 - Д. Выкуп акций
2. Центральное управление не отменяет самостоятельности объединяемых предприятий в:
 - А. Тресте
 - Б. Консорциуме
 - В. Концерне
 - Г. В любом из вышеперечисленных видов предприятий
 - Д. Ни в одном из вышеперечисленных видов предприятий
3. Крупный холдинг может участвовать в финансировании предприятия малого или среднего бизнес посредством:
 - А. Реинвестирования прибыли
 - Б. Факторинга
 - В. Проектного финансирования
 - Г. Лизинга
 - Д. Любым из вышеперечисленных способов
4. Низкие стандарты раскрытия информации о деятельности российских компаний:
 - А. Затрудняют оценку корпоративного управления
 - Б. Препятствуют привлечению внешних инвесторов
 - В. Побуждают к владению крупным пакетом акций
 - Г. Любое из вышеперечисленного

- Д. Ничего из вышеперечисленного
5. Оценка сокращения длительности оборота оборотных средств используется при определении потребности предприятия в оборотных средствах:
- А. Методом прямого счета
 - Б. Нормативным методом
 - В. Аналитическим методом
 - Г. Методом оптимизации заказа
 - Д. Ни одним из вышеперечисленных методов
6. Размер предполагаемых инвестиций в объект основных средств учитывается при определении:
- А. Восстановительной стоимости
 - Б. Страховой стоимости
 - В. Инвестиционной стоимости
 - Г. Экспертной оценки
 - Д. Любой стоимости из вышеперечисленных
7. Приобретение крупных пакетов акций у акционеров без согласия Совета директоров относится к:
- А. Законным способам враждебного поглощения компаний
 - Б. Формально законным, но фактически недобросовестным способам
 - В. Силовым способам
 - Г. К любому из вышеперечисленных способов
 - Д. Ничего из вышеперечисленного
8. В управлении дебиторской задолженностью формирование принципов расчетов с контрагентами на предстоящий период предполагает определение _____
9. Расчет цены под желаемый объем прибыли используется при методе ценообразования, именуемым:
- А. Методом наценки
 - Б. Методом дохода на капитал
 - В. Методом потребительской оценки
 - Г. Методом ориентации на ценового лидера
 - Д. Любым из вышеперечисленных методов
10. Ценовая скидка за возврат ранее купленного товара означает _____
11. Стратегия оптимизации налоговых обязательств предприятия предполагает составление документа _____
12. Укажите три основных элемента контроллинга на предприятии _____

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам - программам среднего профессионального образования, программ бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:
ОП.05 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

**Уровень профессионального образования: среднее профессиональное
образование**

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: очная

Срок обучения: 2 года 10 мес.

Москва 2023

Фонд оценочных средств дисциплины ОП.05. Безопасность жизнедеятельности разработан с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

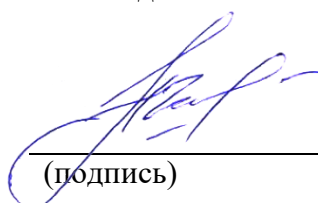
Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств по дисциплине разработан рабочей группой в составе: В.А. Ильин, А.В. Ерпелев, Ю.С. Сташина.

Фонд оценочных средств дисциплины обсужден и утверждён на заседании ЦК естественно-математических дисциплин, физической культуры и БЖ.

Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



Н.А.Черных

(подпись)

Фонд оценочных средств дисциплины, рекомендован к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «Исследовательская группа
«Омнибус», генеральный директор



С.В. Золотова

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	4
1.1. Результаты освоения дисциплины	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	7
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	7
Типовые тестовые задания:	7
1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)	13
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	33
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	33
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	33
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	35

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	развития и самообразования	самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Уметь составлять рекламные тексты	Знать приемы и принципы составления рекламного текста
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Уметь разрабатывать композиционное решение рекламного продукта	Знать композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Уметь использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики,	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
		аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта	программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Уметь проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка.	Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	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.
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	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.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	Уметь работать с рекламой в средствах массовой информации; проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.	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.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Уметь проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.	Знать основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в РФ.

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формой промежуточной аттестации по дисциплине является зачет с оценкой, который проводится в письменной форме.

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенции: ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; 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.

Типовые тестовые задания:

1. К геологическим ЧС относятся:
А цунами
Б наводнение
В землетрясение
Г бури

2. Ветер большой разрушительной силы, значительной продолжительности скорость которого более 32 м/сек
А шторм
Б ураган
В шквал
Г смерч

3. Основной поражающий фактор ядерного взрыва
А Световое излучение
Б Ударная волна
В Проникающая радиация
Г Электромагнитный импульс

4. Какова классификация чрезвычайных ситуаций по характеру возникновения?
А Федеральная, региональная, местная.
Б Природного, техногенного, биологического, социального, военного характера.
В С человеческими жертвами;
без человеческих жертв.
Г Глобальные, национальные, местные.

5. Объединение усилий органов государственного управления всех уровней, сил и средств предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций осуществляется:
А Советом безопасности России.
Б Единой государственной системой предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС)
В Организациями Красного Креста и Красного Полумесяца.
Г Верховным Главнокомандующим Вооружёнными Силами России.

6. Назовите главную цель системы гражданской обороны России в современных

условиях: А Оповещение населения об угрозе поражения противником и укрытие его в защитных сооружениях.

Б Проведение эвакуации населения в безопасные районы.

В Оказание всесторонней помощи гражданскому населению России в ходе возможных военных действий и террористических актов.

Г Проведение аварийно- спасательных работ в очагах поражения.

7. Руководство гражданской обороной в РФ возложено на:

А Президента РФ

Б Министра обороны

В Министра МЧС

Г Премьер-министра

8. Назовите номер единого телефона вызова спасательных и пожарных служб:

А 01.

Б 02.

В 03.

Г 04.

9. Убежища нельзя возводить:

А. В горных выработках

Б В полуподвальных и цокольных этажах зданий

В отдельно стоящие

Г Высотой ниже 170 сантиметров

10. Ватно-марлевая повязка относится к:

А Простейшим СИЗОД

Б Фильтрующим СИЗОД

В Изолирующим СИЗОД

Г Промышленным СИЗОД

11. Что является наиболее распространённой причиной ДТП?

А Плохое техническое состояние автомобилей.

Б Незнание водителями правил дорожного движения.

В Управление автомобилем в состоянии алкогольного опьянения, превышение скоростного режима, выезд на полосу встречного движения

Г Плохое дорожное покрытие, неработающие светофоры.

12. Сила ветра у земной поверхности измеряется по шкале

А Рихтера

Б Кельвина

В Бофорта

Г Фарадея

13. Смерч относится к чрезвычайной ситуации:

- А Техногенного характера.
- Б Военного характера.
- В Природного характера.
- Г Социального характера.

14. Общеобразовательные учреждения (школы, колледжи, техникумы) в работе по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций являются:

- А Защитным сооружением гражданской обороны.
- Б Пунктом выдачи средств индивидуальной защиты.
- В Учебным заведением по подготовке пожарных и спасателей.
- Г Объектом функциональной подсистемы РСЧС, созданной Министерством образования и науки России.

15. Более 50 процентов всех техногенных чрезвычайных ситуаций вызваны

- А неисправностью техники
- Б человеческим фактором
- В ошибки проектирования
- Г стихийными бедствиями

16. Розыск поражённых и извлечение их из повреждённых и горящих зданий, загазованных и задымлённых помещений относится:

- А к неотложным работам в зоне чрезвычайной ситуации (очаге поражения).
- Б к способу эвакуации поражённых.
- В к мероприятиям медицинской защиты населения.
- Г к аварийно- спасательным работам в зоне чрезвычайной ситуации (очаге поражения).

17. Воздействие какого поражающего фактора ядерного взрыва может вызвать ожоги ко- жи, поражение глаз человека, пожары

- А ударная волна
- Б проникающая радиация
- В световое излучение
- Г радиоактивное заражение местности

18. В функцию какого министерство или ведомства входит обеспечение пожарной без- опасности

- А МВД РФ
- Б МЧС РФ
- В МЧС РФ
- Г войска ГО РФ

19. Назовите виды поражающих факторов ЧС мирного и военного времени.

- А Повышенный шум, задымлённость, загазованность.
- Б Механический, термический, химический, радиационный, биологический, комбинированный.

- В Инертный, пассивный, активный.
- Г Энергетический, онкологический, травматический.

20. По степени тяжести травмы бывают:

- А Значительные; малозначительные; незначительные.
- Б Лёгкие, средней тяжести, тяжёлые, крайне тяжёлые, смертельные.
- В Непредсказуемые.
- Г Крупные, средние, мелкие.

21. Что является основной задачей оказания первой медицинской помощи пострадавшему?

- А Подготовка пострадавшего к отправке домой или на работу.
- Б Излечение пострадавшего.
- В Спасение жизни пострадавшего и предупреждение возможных осложнений до прибытия врачей.
- Г Сообщение о случившемся в лечебное учреждение.

22. Что запрещается делать при обработке раны?

- А удалять из раны костные осколки, острые предметы, лить в рану любую жидкость, в том числе настойку йода.
- Б разговаривать с пострадавшим, беспокоя его.
- В отвлекаться на выслушивания чьих- то советов.
- Г вызывать «скорую помощь».

23. Что характеризует механическую травму?

- А Наличие раны, боль, кровотечение.
- Б Слабое дыхание.
- В Наличие посторонних предметов во рту.
- Г Слёзы на глазах.

24. Какую ошибку нельзя допускать при проведении пострадавшему искусственной вентилиации лёгких?

- А. Не запрокинута голова.
- Б Пострадавший не согласился на проведение данной процедуры.
- В... Не сделана перевязка ран.
- Г. Не снята обувь.

25. С какой ритмичностью должен осуществляться непрямой массаж сердца?

- А 30 нажатий на грудину в минуту.
- Б 40 нажатий на грудину в минуту.
- В 50 нажатий на грудину в минуту.
- Г 60 нажатий на грудину в минуту или немного более.

26. Когда проводится искусственная вентиляция лёгких методом «рот в нос»?

- А Если брезгуете делать искусственное дыхание в рот.

Б. Невозможно открыть рот пострадавшему (у него сломана челюсть, имеются сильные повреждения нижних отделов лица).

В... Если об этом просят рядом находящиеся родственники пострадавшего.

Г Если Вы считаете, что нужно делать именно так.

27. Назовите причину, по которой может произойти утопление.

А Ныряние в холодную воду (остановка сердца из-за реакции сосудов на температуру воды).

Б Купание в тёплой воде.

В Купание в мутной воде.

Г Отсутствие защитных очков и ласт.

28. Что необходимо сделать при ожогах глаз кислотой?

А. Обильно промыть глаза струёй чистой воды (не менее 15 минут), наложить стерильную повязку.

Б закрыть глаза и полежать.

В промыть глаза мылом.

Г промыть глаза спиртом (водкой).

29. Что из названного ниже сильнее вредит состоянию здоровья человека?

А Питание незрелыми фруктами и овощами.

Б Употребление холодной воды.

В Любовь к сладкому.

Г Пища с избытком жиров, холестерина, дефицитом витаминов.

30. Не пользоваться чужими полотенцами, расчёсками, не выдавливать угри и гнойнички – к вопросам какой сферы относятся эти правила?

А Личной гигиены.

Б Морали и нравственности.

В Культуры общежития.

Г Косметологии.

31. Сколько обычный подросток должен спать, чтобы быть здоровым?

А 8 – 9 часов.

Б 6 – 7 часов.

В 5 – 6 часов.

Г 4 – 5 часов.

32. Сколько времени для сна положено военнослужащим

А 8 часов.

Б 7 часов.

В 6 часов.

Г 5 часов.

33. Температуру человеческого тела не измеряют

- А. В паху
- Б. В носу
- В. Во рту
- Г. В подмышечной впадине

34. Какое систолическое давление считается условно нормальным для взрослого человека

- А 90-140 мм рт. ст.
- Б 100-130 мм рт. ст
- В 100-140 мм рт. ст
- Г 90-130 мм рт. ст

35. Что не является показателем стресс

- А Нервозность
- Б Повышенная возбудимость
- В Здоровый сон
- Г Апатия

36. Высшей наградой РФ является

- А Александра Невского
- Б Жукова
- В Святого Апостола Андрея Первозванного
- Г Суворова

37. Основным способом защиты населения от ЧС природного и техногенного характера считается

- А Обучение населения способам защиты
- Б Световая и другие виды маскировки
- В Эвакуация населения
- Г Проведение аварийно-спасательных работ

38. Курская битва (огненная дуга, Курский выступ) состоялась в

- А 1941 году
- Б 1942 году
- В 1943 году
- Г 1944 году

39. Сколько степеней насчитывают ожоги и отморожения

- А 1
- Б 2
- В 3
- Г 4

1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Тема -1 «Введение в безопасность жизнедеятельности»

Форма рубежного контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Коды контролируемой компетенции: ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; 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

Тестовые задания:

Тест № 1

1. Учебный курс «Безопасность жизнедеятельности» впервые был введен в высшие учебные заведения в ... году.

- а) 1994;
- б) 1998;
- в) 2000;
- г) 1985.

2. Одной из основных задач по защите населения от чрезвычайных ситуаций является ...

- а) подготовка и реализация превентивных мер по их предупреждению;
- б) строительство защитных сооружений;
- в) сбор и обработка информации по чрезвычайным ситуациям;
- г) обеспечение средствами индивидуальной защиты.

3. Риски могут быть ...

- а) юридическими, этническими, разведывательными;
- б) национальными, военными, бытовыми;
- в) промышленными, сельскохозяйственными, природными;
- г) социальными, промышленными, природными.

4. Проникающий эффект кислорода и индифферентных газов при повышенном давлении в организм человека может привести к ...действию.

- а) токсическому;
- б) благоприятному;
- в) оздоравливающему;
- г) радиационному.

5. Основными субъектами безопасности являются ...

- а) Премьер-министр Правительства Российской Федерации и его помощники;
- б) органы законодательной, исполнительной и судебной власти;
- в) «силовые» министры Правительства Российской Федерации;
- г) Президент Российской Федерации и его помощники.

6. Обеспечение безопасности человека в различных сферах жизнедеятельности достигается...

- а) установкой систем видеонаблюдения;
- б) приобретением знаний и умений в данной области каждым индивидуумом;
- в) увеличением финансирования;
- г) целенаправленной и скоординированной деятельностью различных органов государственной власти.

7. Вероятность нежелательных событий или частоты их возникновения, определяемая поражением определенного числа людей, называется ... риском.

- а) социальным;

- б) индивидуальным;
- в) абсолютным;
- г) сравнительным.

8. К основным причинам смертности населения в России относится ...

- а) недостаточное, несбалансированное питание;
- б) низкий уровень заработной платы;
- в) высокий уровень заболеваемости и несчастные случаи;
- г) экологическое загрязнение окружающей среды.

9. основополагающим методологическим принципом теории безопасности является принцип ...

- а) системности;
- б) анализа результата;
- в) синтеза;
- г) индукции и дедукции.

10. Основным субъектом безопасности, осуществляющим функции через органы законодательной, исполнительной и судебной власти, является (-ются) ...

- а) общественные организации;
- б) местная власть;
- в) законодательная власть;
- г) государство.

11. В остановленную машину человеку безопаснее всего садиться на ...

- а) заднее сиденье по диагонали от водителя;
- б) любое место;
- в) место рядом с водителем;
- г) место водителя.

12. Если Вы пришли на вещевой рынок с сумкой, в которой лежит кошелек с деньгами для крупной закупки, то ...

- а) закинете ее через плечо;
- б) положите сверху несколько газет;
- в) на то и сумка, чтобы в ней что-то носить;
- г) будете прижимать к себе, придерживая рукой под низ.

13. Вероятность наступления негативного события, ситуации потерь с учётом степени, масштаба или размера возможного ущерба для субъекта, называется ...

- а) чрезвычайной ситуацией;
- б) опасной ситуацией;
- в) степенью риска;
- г) угрозой безопасности.

14. Все опасности по источникам их возникновения принято делить на ...

- а) взрывные и умеренные;
- б) взрывные и травмирующие;
- в) естественные и антропогенные;
- г) прогнозируемые и внезапные.

15. К «чистым» рискам относят ... риски.

- а) процентные;
- б) техногенные;
- в) биржевые;
- г) природные.

16. Основными объектами безопасности являются ...

- а) личность, объект экономики, государственная собственность;
- б) личность, Правительство РФ, государственная собственность;
- в) личность, общество, государство;
- г) личность, коллектив, личная и общественная собственность.

17. По данным Всемирной организации здравоохранения средняя продолжительность жизни мужчин в России составляет ... лет.

- а) 59;
- б) 80;
- в) 75;
- г) 65.

18. К биологическим опасным и вредным факторам природного происхождения относятся ...

- а) биологические загрязнения окружающей среды вследствие аварий на очистных сооружениях;
- б) патогенные микроорганизмы;
- в) микроэлементы;
- г) ядохимикаты, используемые в сельском хозяйстве.

19. Объектами исследования в теории безопасности являются ...

- а) человек и техносфера;
- б) биосфера, техносфера и природная среда;
- в) человек и окружающая его среда;
- г) человек и биосфера.

20. К биологическим опасным и вредным факторам техногенного происхождения относится(-ятся) ...

- а) биологические загрязнения окружающей среды вследствие аварий на очистных сооружениях
- б) бытовые отходы;
- в) патогенные микроорганизмы;
- г) инфицирование растений.

21. В систему обеспечения безопасности города входит (-ят) ...

- а) служба городского пассажирского транспорта;
- б) городская справочная служба;
- в) служба связи;
- г) пожарная охрана, служба спасения, милиция.

22. Лучше всего оставлять ключи от квартиры ...

- а) в электрощитке;
- б) у соседей;
- в) в своем кармане (сумочке);
- г) в пожарном ящике.

23. По данным Всемирной организации здравоохранения средняя продолжительность жизни женщин в России составляет ... года.

- а) 64;
- б) 92;
- в) 82;
- г) 73.

24. Состояние законодательной базы, государственной поддержки определённого уровня жизни граждан, организационных и технических возможностей мониторинга чрезвычайных ситуаций относится к ...

- а) вопросам прогнозирования ЧС;
- б) основным факторам, влияющим на возможность управления рисками;
- в) приемлемому риску;
- г) вопросам средств массовой информации.

25. Соблюдение правовых норм и проведение комплекса мероприятий, направленных на обеспечение защиты населения, объектов экономики и окружающей среды от опасности в чрезвычайной ситуации это

- а) обеспечение безопасности;

- б) классификация чрезвычайной ситуации;
- в) состояние защищенности населения;
- г) структурная схема чрезвычайной ситуации.

26. Приоритетным направлением государственной политики в области защиты населения и территории от чрезвычайных ситуаций является...

- а) организация оповещения населения;
- б) создание и развитие соответствующей нормативной правовой и методической базы;
- в) обеспечение средствами индивидуальной защиты;
- г) организация эвакуации населения.

27. К психофизиологическим опасным и вредным факторам относится (-ятся) ...

- а) умственное перенапряжение;
- б) недостаточная освещенность;
- в) применяемые не по назначению лекарственные средства;
- г) воздействие электромагнитного излучения.

28. Вероятность или частота возникновения в известный период времени поражающих воздействий определённого вида для индивидуума называется риском.

- а) чрезмерным;
- б) приемлемым;
- в) индивидуальным;
- г) относительным.

29. При обнаружении утечки бытового газа алгоритм действий следующий:

- а) открыть форточки для проветривания и выйти из квартиры;
- б) вызвать специалистов газовой службы по телефону, известить о случившемся соседям;
- в) прекратить подачу газа, выйти из квартиры, вызвать специалистов газовой службы по телефону, дождаться их прибытия на улице;
- г) открыть форточки для проветривания и ждать помощи.

30. Программа устойчивого развития, контроль за использованием ресурсов, современные технологии предупреждают ... риски.

- а) экологические;
- б) чрезмерные;
- в) приемлемые;
- г) индивидуальные.

Тема -2 «Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени»

Форма рубежного контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Коды контролируемой компетенции: ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; 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.

Тестовые задания:

Тест № 1

1.Заражение окружающей среды химически опасными и радиоактивными веществами относится к:

- 1) ЧС техногенного характера,
- 2) опасным ситуациям экологического характера,
- 3) происшествиям природного характера,
- 4) стихийным бедствиям.

2.Разрушение сооружений и (или) технических устройств, применяемых на опасном производственном объекте, неконтролируемые взрыв и (или) выброс опасных веществ, это

- 1) катастрофа,
- 2) авария,
- 3) происшествие,
- 4) событие

3.Чем отличается катастрофа от аварии?

- 1) воздействием поражающих факторов на людей,
- 2) воздействием на природную среду
- 3) наличием человеческих жертв, значительным ущербом,
- 4) воздействием на технику и имущество

4.По масштабу распространения и тяжести последствий чрезвычайные ситуации классифицируются:

- 1) локальные, местные, муниципальные
- 2) межмуниципальные, региональные, межрегиональные
- 3) региональные, межрегиональные, федеральные
- 4) локальные, муниципальные, межмуниципальные, региональные, межрегиональные, федеральные.

5.Наиболее опасные последствия аварий:

- 1) селевые потоки, оползни
- 2) ураганы, бури, смерчи
- 3) пожары, взрывы, обрушения и аварии на энергоносителях- энергоисточниках, на атомных электростанциях, на химических предприятиях, приводящих к разрушению средств производства
- 4) эпидемии, эпифитотии

6.К какой группе опасных объектов относится атомная электростанция? химически опасный объект

- 1) гидродинамически опасный объект
- 2) радиационно опасный объект
- 3) опасный военный объект

7.Назовите внутреннюю (-ие) причину (-ы) возникновения чрезвычайных ситуаций на предприятиях и учреждениях:

- 1) недостаточная квалификация и некомпетентность обслуживающего персонала
- 2) стихийные бедствия,
- 3) терроризм,
- 4) сложность технологического процесса

8.Назовите основные внешние причины возникновения чрезвычайных ситуаций?

- 1) физический и моральный износ оборудования и механизмов
- 2) неожиданное прекращение подачи электроэнергии, газа, технологических продуктов
- 3) сложность технологий,
- 4) низкая температура наружного воздуха

9.Потенциальная опасность как явление - это

- 1) деградация окружающей среды, вызванная расточительной деятельностью человека
- 2) возможность воздействия на человека неблагоприятных или несовместимых с жизнью факторов
- 3) совокупность факторов, воздействующих на человека в процессе его деятельности
- 4) увеличение количества вредных воздействий на человека

10.Укажите классификацию производственных аварий по их тяжести и масштабности:

- 1) чрезвычайная ситуация, происшествие, катастрофа,
- 2) чрезвычайный случай, катастрофа, происшествие,
- 3) происшествие, крупная авария, катастрофа,
- 4) катастрофа, авария, происшествие

11. Какие наиболее вероятные причины способствуют возникновению аварий на объектах экономики и приводят к ЧС ситуациям техногенного характера?

12. Обоснуйте следующее утверждение. Абсолютная безопасность населения от последствий опасных и чрезвычайных ситуаций недостижима, но минимизировать последствия возможно за счёт целенаправленной подготовки в области безопасности и повышения уровня культуры безопасности жизнедеятельности всего населения страны.

Тема -3 «Организация защиты населения и территорий в условиях чрезвычайных ситуаций»

Форма рубежного контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Коды контролируемой компетенции: ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; 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.

Тестовые задания:

Тест № 1

1. В случае потери кормильца, погибшего или умершего от увечья или заболевания, полученных при исполнении обязанностей по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, граждане имеют право на:

1. пенсионное обеспечение
2. на бесплатное жилье
3. на льготный проезд в общественном транспорте
4. разовую денежную компенсацию

2. Имеют ли право граждане использовать в соответствии с планами защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера средства коллективной и индивидуальной защиты и другое имущество, предназначенное для защиты населения от чрезвычайных ситуаций?

1. Имеют
2. Не имеют
3. Данная норма законодательством не предусмотрена
4. Имеют, но только на использование средств индивидуальной защиты

3. Обязаны ли граждане изучать основные способы защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, приемы оказания первой помощи пострадавшим:

1. Обязаны
2. Обязаны изучать только приемы оказания первой помощи пострадавшим
3. Данная норма законодательством не предусмотрена
4. Указанными способами и приемами должны владеть специалисты, всем гражданам это знать не обязательно

4. Обязаны ли граждане знать и выполнять требования пожарной безопасности в быту и производственной деятельности?

1. Обязаны выполнять, но только в производственной деятельности
2. Обязаны выполнять, но только в быту

3. Обязаны

4. Каждый гражданин по своему усмотрению обеспечивает свою безопасность, указанные требования не являются обязанностью согласно закона

5. Обязаны ли собственники квартир, домов и квартиросъемщики предоставлять возможность должностным лицам органов государственного пожарного надзора проводить пожарно-технические обследования жилых и подсобных помещений?

1. Обязаны, но только для обследования подсобных помещений

2. Обязаны, но только для обследования жилых помещений

3. Не обязаны, каждый гражданин по своему усмотрению обеспечивает свою безопасность

4. Обязаны

6. Для каких целей создаются резервы материальных ресурсов для ликвидации чрезвычайных ситуаций?

1. в целях экстренного привлечения необходимых средств в случае возникновения чрезвычайных ситуаций

2. цели, для которых создаются указанные резервы, определяются лицами их создающими

для использования в экономически сложной ситуации, не связанной с чрезвычайными ситуациями

3. указанные резервы материальных ресурсов не имеют целевого назначения

7. Где осуществляется подготовка работающего населения для защиты от чрезвычайных ситуаций?

1. в учреждениях образования МЧС и в организациях МЧС;

2. на учебно-методических сборах, учениях, тренировках, дополнительных занятиях;

3. непосредственно по месту работы (службы) по специально разработанным программам

4. все перечисленные ответы верны

8. За проживание и работу в зонах чрезвычайных ситуаций граждане имеют право:

1. на бесплатное медицинское обслуживание

2. компенсации

3. льготы

4. все перечисленные ответы верные

Тест № 2

Выберите один вариант ответа, который наиболее соответствует поставленному вопросу

1. В чем заключается опасность воздействия радиации на организм человека?

1. происходит нарушение жизненных функций различных органов и развитие лучевой болезни

2. приводит в основном к циррозу (перерождению) печени

3. приводит в основном к мышечной дистрофии

4. как правило, появляются галлюцинации, помрачение сознания и дезориентация

2. В чем заключается опасность воздействия на организм человека при попадании в него опасных химических веществ?

1. наступает летальный исход

2. наступает временная дезориентация и ухудшение самочувствия

3. последствие воздействия зависит от состояния организма и пола

4. наступает ухудшение самочувствия при длительном воздействии опасных химических веществ

3. В чем заключается опасность биологического заражения?

1. это может быть причиной патологии (болезни), а при отсутствии должного лечения приводит к летальному исходу

2. наличие скрытого (инкубационного) периода

3. заражение происходит при вдыхании воздуха, употреблении зараженных пищевых продуктов и воды

4. все вышеуказанные ответы являются верным

4. Что необходимо делать при угрозе биологического заражения:

1. необходимо следить за экстренными сообщениями МЧС или штаба ГО; по возможности создать запас дезинфицирующих противоэпидемических средств и антибиотиков; по возможности приготовить средства индивидуальной защиты; изучить порядок действий по сигналам оповещения

2. укрыться в подвале и находиться там не менее 14 суток

3. принять как можно больше антибиотиков и соблюдать личную гигиену

4. необходимо провести йодную профилактику

5. Что необходимо делать в случае возникновения химической аварии и угрозы попадания под непосредственное воздействие опасных химических веществ после химической аварии:

1. воспользоваться средствами защиты органов дыхания и кожи

2. максимально быстро покинуть зону возможного заражения перпендикулярно направлению ветра, а в случае невозможности её покидания укрыться в наиболее защищенном и герметичном помещении

3. выйдя из зоны заражения, снять верхнюю одежду, принять душ

4. все вышеуказанные ответы являются верными

6. Что необходимо делать в случае попадания под непосредственное воздействие опасных химических веществ после выхода из зоны химической аварии:

1. исключить любые физические нагрузки, принять обильное питье, при первой возможности принять душ, сменить одежду

2. сообщить близким о своем местоположении и ожидать разрешения властей вернуться в свой населенный пункт

3. хорошо отдохнуть и приступить к повседневной деятельности

4. все вышеуказанные ответы являются верными

7. Как действовать при оповещении о радиационной аварии

1. защитить органы дыхания, укрыться в помещении, следить за информационными сообщениями СМИ, при получении указаний через СМИ провести йодную профилактику

2. срочно приобрести индивидуальный дозиметр и противогаз

3. воздержаться от сбора грибов и ягод, а также от купания в открытых водоемах

4. срочно покинуть населенный пункт и укрыться в лесу

8. Разрешается ли выходить из помещения на открытый воздух при возникновении радиоактивного заражения?

1. выходить из помещения на открытый воздух возможно только на короткое время, используя средства защиты органов дыхания и кожи

2. разрешается выходить без ограничений

3. выходить из помещения на открытый воздух запрещается

4. разрешается выходить в безветренную погоду

9. Кем осуществляется регистрация граждан при посадке на транспорт или формировании пешей колонны во время проведения временного отселения?

1. представителем эвакуационной комиссии

2. участковым инспектором милиции

3. любым должностным лицом
4. все вышеуказанные ответы являются верным

10. Укажите необходимую продолжительность и дозировку употребления йодистого калия взрослым человеком, для прохождения йодной профилактики.

1. необходимо принимать в течение 7 дней по одной таблетке (0,125 г)
2. необходимо принимать в течение 14 дней по две таблетки (0,25 г)
3. необходимо принимать в течение 3 дней по одной таблетке (0,125 г)
4. необходимо принимать в течение 2 дней по две таблетки (0,25 г)

Тема -4 «Устойчивость объектов экономики в условиях чрезвычайных ситуаций»

Форма рубежного контроля – защита рефератов (докладов)

Вопросы/задания рубежного контроля

Коды контролируемой компетенции: ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; 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.

Список тем рефератов (докладов):

1. Факторы, влияющие на устойчивое функционирование организаций в чрезвычайных ситуациях.
2. Факторы, влияющие на устойчивое функционирование организаций в чрезвычайных ситуациях
3. Основные мероприятия по повышению устойчивости функционирования организаций в военное время.
4. Назначение, состав и основные задачи комиссии по повышению устойчивости функционирования организации.
5. Повышение устойчивости функционирования объекта экономики в ЧС мирного и военного времени.
6. Понятие устойчивости функционирования экономики в военное и мирное время.

Тема - 5 «Основы обороны государства»

Форма рубежного контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Коды контролируемой компетенции: ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; 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.

Тестовые задания:

Тест № 1

1. Убежище защищает от ...

- а) всех поражающих факторов ядерного взрыва, от химического и бактериологического оружия;
- б) ударной волны ядерного взрыва и обычных средств поражения;
- в) всех поражающих факторов ядерного взрыва;
- г) химического и бактериологического оружия, а также радиоактивного заражения.

2. К простейшим средствам защиты органов дыхания относятся ...

- а) фильтрующие промышленные противогазы;
- б) фильтрующие гражданские противогазы;
- в) ватно-марлевые повязки;
- г) изолирующие противогазы.

3. Обеззараживание средств индивидуальной защиты, обуви, одежды, техники и других материальных средств – это ...

- а) очистка;
- б) специальная обработка населения;
- в) защитное мероприятие;
- г) помывка.

4. Вид оружия, предназначенный для поражения живой силы за счет осколков, разлетающихся на расстояние до 300 метров, называется ... авиабомбой.

- а) вакуумной;
- б) осколочной;
- в) шариковой;
- г) фугасной.

5. Истребление насекомых переносчиков и бытовых паразитов, являющихся источниками инфекции, называется ...

- а) дезинсекцией;
- б) дезинфекцией;
- в) дезактивацией;
- г) дегазацией.

6. По своим защитным свойствам защитные сооружения классифицируются на следующие типы ...

- а) укрытия и бомбоубежища;
- б) подземные укрытия и подвальные помещения;
- в) заградительные сооружения и блиндажи;
- г) убежища и противорадиационные укрытия.

7. В каждом укрытии пол периодически необходимо ...

- а) промывать лизолом;
- б) смачивать водой;
- в) промывать содовым раствором;
- г) промывать раствором хлора.

8. Открытая щель уменьшает вероятность поражения ударной волной, световым излучением, проникающей радиацией примерно в ... раза

- а) 1,5 – 2,0;
- б) 3,0 – 4,0;
- в) 4,0 – 5,0;
- г) 2,0 – 3,0.

9. Оружие массового поражения взрывного действия, основанное на использовании внутриядерной энергии, выделяющейся при цепных реакциях, называется ...

- а) световым излучением;
- б) высокоточным оружием;
- в) ядерным оружием;
- г) космическим оружием.

10. Ведение гражданской обороны на территории Российской Федерации в отдельных ее местностях начинается ...

- а) с момента эвакуации населения;
- б) с момента объявления состояния войны;
- в) с начала объявления мобилизации взрослого населения;

г) по сигналу «Воздушная тревога!».

11. Различие между гражданскими противогазами ГП-7 и ГП-7в заключается в наличии устройств для ...

- а) фильтрации воздуха непосредственно в зоне поражения;
- б) просушки очков непосредственно в зоне поражения;
- в) приема воды непосредственно в зоне поражения;
- г) приема пищи непосредственно в зоне поражения.

12. Женщины могут зачисляться в гражданские организации ГО в возрасте ...

- а) любом;
- б) 21- 60 лет;
- в) 18 - 55 лет;
- г) от 21 года при наличии справки медкомиссии.

13. Зажигательное оружие, состоящее из бензина и порошка загустителя, которое нельзя погасить водой, называется ...

- а) фугасным;
- б) термитным составом;
- в) белым фосфором;
- г) напалмом.

14. Противогаз ГП-5 имеет следующие размеры ...

- а) 1,3,5,7,9;
- б) 0,1,2,3,4;
- в) 0,2,4,6,8;
- г) 1,2,3,4,5.

15. Отравляющие вещества в организм человека проникают ...

- а) при вдыхании зараженного воздуха, попадании их в глаза, на кожу, при употреблении пищи и воды;
- б) попадая на средства защиты кожи и органов дыхания;
- в) с одежды, обуви, головных уборов;
- г) только через пищу и воду.

16. Одной из задач в области гражданской обороны является ...

- а) эвакуация населения, материальных и культурных ценностей в безопасные районы;
- б) тушение пожаров в жилых и общественных зданиях в мирное время;
- в) руководство коммунальными службами в мирное и военное время;
- г) эвакуация раненных с места военных действий в безопасные районы.

17. К коллективным средствам защиты относятся ...

- а) противогазы;
- б) убежища и противорадиационные укрытия;
- в) респираторы;
- г) средства защиты кожи.

18. Наибольшую опасность радиоактивные вещества представляют после выпадения в ...

- а) течение недели;
- б) первые сутки;
- в) первые часы;
- г) течение трех суток.

19. В зависимости от назначения средства индивидуальной защиты различают на ...

- а) средства защиты органов зрения и средства радиационной защиты;
- б) средства защиты органов дыхания и кожи;
- в) средства защиты кожи и средства индивидуальной бронезащиты;
- г) медицинские средства защиты и средства индивидуальной огнезащиты.

20. Эвакуационные мероприятия осуществляются по решению ...

- а) Правительства РФ или МЧС России;
- б) Президента РФ или Правительства РФ;
- в) Государственной Думы РФ или Правительства РФ;
- г) Президента РФ или Государственной Думы РФ.

21. Законодательный акт, на основе которого организуется Гражданская Оборона в общеобразовательном учреждении это ...

- а) постановление ГО и ЧС;
- б) положение ГО и ЧС;
- в) план ГО ЧС;
- г) закон ГО и ЧС.

22. Сирены и прерывистые гудки предприятий и транспортных средств означают сигнал гражданской обороны ...

- а) «Внимание всем»;
- б) «Воздушная тревога»;
- в) «Бактериологическая тревога»;
- г) «Химическая тревога».

23. Федеральный закон о «гражданской обороне» определяет задачи в области гражданской обороны и правовые основы их осуществления ...

- а) при ведении военных действий;
- б) по решению органов местного самоуправления;
- в) в мирное время; г) по сигналу «Опасность».

24. Первичная зона химического заражения образуется в результате воздействия

...

- а) первичного облака зараженного воздуха;
- б) погодных условий на химическое заражение местности;
- в) облака, которое возникает при испарении капель отравляющих веществ;
- г) ветра, перемещающего облако зараженного воздуха.

25. Уничтожение на объектах внешней среды возбудителей инфекционных заболеваний (бактерий, вирусов, токсинов, грибов) называется ...

- а) экстренной медицинской профилактики;
- б) противоэпидемическими мероприятиями;
- в) особым санитарным режимом;
- г) дезинфекцией.

26. К полномочиям Президента РФ относится:

- а) руководство организацией и ведением гражданской обороны;
- б) определение порядка эвакуации населения, материальных и культурных ценностей в безопасные районы;
- в) определение порядка обучения населения способам защиты от опасностей, возникающих при ведении военных действий или вследствие этих действий;
- г) определение основных направлений единой государственной политики в области гражданской обороны.

27. Система противоэпидемических и режимных мероприятий, направленных на полную изоляцию очага заражения от окружающего населения и ликвидацию инфекционных заболеваний в нем, называется ...

- а) профилактическими санитарными мерами;
- б) вынужденными санитарными мерами;
- в) предупредительными санитарными мерами;
- г) карантинном.

28. Система изоляционно-ограничительных мероприятий, направленных на ограничение въезда, выезда и общения людей на территории, объявленной опасной, называется

- а) эвакуацией;

- б) обсервацией;
- в) миграцией;
- г) дезактивацией.

29. Основная цель Гражданской обороны- ...

- а) создание комфортных условий жизнедеятельности человека в мирное и военное время;
- б) подготовка кадров по защите от последствий ЧС;
- в) идентификация негативных факторов среды обитания человека;
- г) обеспечение национальной безопасности и поддержание обороноспособности страны.

30. Общее руководство эвакуацией населения осуществляет ...

- а) полиция;
- б) глава администрации;
- в) комитет социальной защиты;
- г) начальник гражданской обороны.

Тема - 6 «Основы военной службы»

Форма рубежного контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Коды контролируемой компетенции: ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; 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.

Тестовые задания:

Тест № 1

1. Назовите виды вооруженных сил.

- а) Сухопутные войска, Военно-морской Флот, Военно-воздушные Силы, РВСН;
- б) Сухопутные войска, Военно-морской Флот, Военно-воздушные Силы, РВСН, ПВО;
- в) Сухопутные войска, Военно-морской Флот, Военно-воздушные Силы;
- г) Сухопутные войска, Военно-морской Флот, Военно-воздушные Силы, Космические войска.

2. Назовите отдельные рода войск не входящие в состав видов ВС.

- а) Танковые войска, артиллерия, войска противовоздушной обороны. ВДВ;
- б) Морская авиация, артиллерия, ВДВ, космические войска, Тыл ВС, инженерные войска;
- в) Военные строители, железнодорожные войска, ВДВ, РВСН;
- г) ВДВ, РВСН.

3. Назовите рода войск, входящих в состав Сухопутных войск.

- а) мотострелковые, танковые, ракетные войска и артиллерия, ПВО, инженерные, РХБЗ, РЭБ;
- б) мотопехотные, танковые, ракетные войска и артиллерия, ПВО;
- в) мотострелковые, танковые, ракетные войска и артиллерия, ПВО;
- г) мотопехотные, танковые, ракетные войска и артиллерия, ПВО, саперные части и спецназ.

4. В специальные войска Сухопутных войск входят:

- а) ракетные войска и артиллерия, саперные части, спецназ, части рхбз и рэб, военно-строительные части, части тыла;

- б) разведывательные части, войска связи, части рхбз и рэб, инженерные и автомобильные части, тыл, части технического обеспечения;
- в) военно-строительные части, железнодорожные войска, саперные части и спецназа, части тыла;
- г) части минометной и реактивной артиллерии, части противотанковой артиллерии, спецназ, саперные части, части рхбз и рэб, войска связи.

5. Военно-воздушные силы включают в себя:

- а) бомбардировочную, истребительную, штурмовую, истребительнобомбардировочную, транспортную и разведывательную авиацию;
- б) бомбардировочную, истребительную, штурмовую, истребительнобомбардировочную, транспортную и разведывательную авиацию, части аэродромно-технического обеспечения;
- в) органы управления, войска ПВО, различные рода авиации, специальные войска, части тыла, военно-учебные заведения, исследовательские учреждения и предприятия.

6. В состав Военно-Морского Флота России входят:

- а) пять флотов и две флотилии;
- б) четыре флота и две флотилии;
- в) четыре флота и одна флотилия;
- г) пять флотов и одна флотилия.

7. Ракетные подводные лодки стратегического назначения и атомные многоцелевые подводные лодки входят в состав:

- а) всех флотов и флотилий России;
- б) Северного и Тихоокеанского флота;
- в) всех флотов;
- г) Северного, Тихоокеанского и Черноморского флота;
- д) Северного, Тихоокеанского и Балтийского флотов.

8. 18 апреля 1242 года - это

- а) день победы воинов Александра Невского над немецкими рыцарями на Чудском озере;
- б) день победы воинов Александра Невского над шведами на реке Неве;
- в) день победы русских воинов Дмитрия Донского над монголо-татарским войском;
- г) день взятия русскими войсками под командованием А.В. Суворова крепости

Измаил.

9. 10 июля 1709 года – это...

- а) день первой в истории России морской победы под командованием Петра 1 над шведами у мыса Гангут;
- б) день победы русской эскадры под командованием Ф.Ф. Ушакова над турецкой эскадрой у мыса Тендра; в) день взятия русскими войсками под командованием А.В. Суворова крепости Измаил;
- г) день победы русской армии под командованием Петра 1 над шведами в Полтавском сражении.

10. 9 августа 1714 года – это...

- а) день первой в истории России морской победы под командованием Петра 1 над шведами у мыса Гангут;
- б) день победы русской эскадры под командованием Ф.Ф. Ушакова над турецкой эскадрой у мыса Тендра; в) день взятия русскими войсками под командованием А.В. Суворова крепости Измаил;
- г) день победы русской армии под командованием Петра 1 над шведами в Полтавском сражении.

11. 8 сентября 1812 года – это...

- а) день Бородинского сражения русской армии под командованием М.И. Кутузова с французской армией; б) день победы русской эскадры под командованием Ф.Ф. Ушакова над

турецкой эскадрой у мыса Тендра; в) день разгрома двадцати пяти тысячной русской армией под командованием А.В. Суворова ста тысячной турецкой армии при Рымнике;

г) день победы русских воинов Дмитрия Донского над монголо-татарским войском при поле Куликовом. **12. 11 сентября 1790 года – это**

а) день Бородинского сражения русской армии под командованием М.И. Кутузова с французской армией; б) день победы русской эскадры под командованием Ф.Ф. Ушакова над турецкой эскадрой у мыса Тендра; в) день разгрома двадцати пяти тысячной русской армией под командованием А.В. Суворова ста тысячной турецкой армии при Рымнике;

г) день победы русских воинов Дмитрия Донского над монголо-татарским войском при поле Куликовом. **13. 24 декабря 1790 года – это...**

а) день разгрома двадцати пяти тысячной русской армией под командованием А.В. Суворова ста тысячной турецкой армии при Рымнике;

б) день взятия русскими войсками под командованием А.В. Суворова крепости Измаил;

в) день окончания Суворовского похода через Альпы;

г) день разгрома прусских войск Фридриха-2 русскими войсками под командованием А.В. Суворова и взятия Берлина.

14. 1 декабря 1853 года – это...

а) день окончания героической обороны Севастополя в Крымской войне против объединенных англо-франко-турецких войск;

б) день героической обороны Шипкинского перевала русскими войсками против турок в русско-турецкой войне за освобождение Болгарии от османского ига;

в) день победы русской эскадры под командованием П.С.Нахимова над турецкой эскадрой у мыса Синоп; г) день освобождения Москвы силами народного ополчения под руководством Кузьмы Минина и Дмитрия Пожарского от польских интервентов.

15. Каким документом закреплена обязанность защищать Отечество?

а) статьей 49 Конституции Российской Федерации;

б) статьей 59 Конституции Российской Федерации;

в) статьей 69 Конституции Российской Федерации;

г) статьей 79 Конституции Российской Федерации.

16. Кому подчинены виды Вооруженных Сил Российской Федерации?

а) Премьер-министру Правительства Российской Федерации;

б) Президенту Российской Федерации;

в) министру обороны Российской Федерации;

г) начальнику Генерального штаба;

д) главнокомандующим, которые являются заместителями министра обороны Российской Федерации.

17. Кто осуществляет непосредственное руководство Вооруженными Силами Российской Федерации?

а) Президент Российской Федерации;

б) Правительство Российской Федерации;

в) Генеральный штаб Вооруженных Сил Российской Федерации;

г) Министр обороны.

18. Какой орган является основным для оперативного управления войсками и силами Флота Вооруженных Сил Российской Федерации?

а) Совет Безопасности Российской Федерации;

б) Генеральный штаб Вооруженных Сил Российской Федерации;

в) Министерство обороны Российской Федерации;

г) Правительство Российской Федерации.

19. Какой орган осуществляет руководство повседневной деятельностью войск и сил Флота Вооруженных Сил Российской Федерации?

а) Совет Безопасности Российской Федерации;

- б) Генеральный штаб Вооруженных Сил Российской Федерации;
- в) Министерство обороны Российской Федерации;
- г) Правительство Российской Федерации.

20. Для чего созданы в нашей стране Вооруженные Силы?

а) в соответствии с традицией у каждого государства должны быть Вооруженные Силы;

- б) для устрашения наших врагов;
- в) для обороны нашей страны с применением средств вооруженной борьбы;
- г) для несения гражданами нашей страны воинской обязанности.

21. Как называются люди, находящиеся на военной службе?

- а) гражданами;
- б) военнообязанными;
- в) военнослужащими;
- г) призывниками.

22. Кто не может проходить военную службу в Вооруженных Силах России?

- а) люди, не желающие проходить военную службу;
- б) все могут;
- в) люди с плохим характером;
- г) лица, не являющиеся гражданами Российской Федерации.

23. Что такое воинская обязанность?

- а) мера общественного воздействия;
- б) долг перед своей семьей, школой, товарищами и Правительством страны;
- в) установленный законом долг граждан нести службу в Вооруженных Силах;
- г) мера необходимого поведения в интересах общества и государства.

24. Кто освобождается от воинской обязанности?

- а) граждане женского пола;
- б) граждане женского и мужского пола, не желающие нести службу в Вооруженных

Силах;

- в) граждане, не годные по состоянию здоровья к несению военной службы;
- г) граждане, имеющих двух и более детей.

25. Кому может быть предоставлена отсрочка от призыва?

- а) имеющим неснятую или непогашенную судимость за совершенное преступление;
- б) проходящим альтернативную службу;
- в) граждане, имеющих двух и более детей;
- г) гражданам, являющимся сыновьями (родными братьями) военнослужащих, проходивших военную службу по призыву, погибших (умерших) в связи с исполнением ими обязанностей военной службы или в период прохождения ими военных сборов.

26. Кто имеет право на освобождение от призыва на военную службу?

- а) граждане, имеющих двух и более детей;
- б) имеющим неснятую или непогашенную судимость за совершенное преступление;
- в) проходящим альтернативную службу;
- г) имеющие ученую степень.

27. Кто имеет право на освобождение от призыва на военную службу?

- а) граждане женского пола;
- б) граждане женского и мужского пола, не желающие нести службу в Вооруженных

Силах;

- в) граждане, не годные по состоянию здоровья к несению военной службы;
- г) гражданам, являющимся сыновьями (родными братьями) военнослужащих, проходивших военную службу по призыву, погибших (умерших) в связи с исполнением ими обязанностей военной службы или в период прохождения ими военных сборов.

28. Кто освобождается от призыва на военную службу?

- а) имеющие ребенка и воспитывающие его без матери;

- б) прошедшие военную службу в другом государстве;
- в) избранные депутатами Государственной Думы и других законодательных и представительных органов государственной власти;
- г) обучающиеся по очной форме обучения.

29. Не подлежат призыву граждане:

- а) имеющим неснятую или непогашенную судимость за совершенное преступление;
- б) занятые уходом за ближайшими родственниками - инвалидами;
- в) имеющие двух и более детей;
- г) получившие академический отпуск в период очного обучения.

30. Кто имеет право на отсрочку от призыва?

- а) имеющим неснятую или непогашенную судимость за совершенное преступление;
- б) занятые уходом за ближайшими родственниками-инвалидами;
- в) имеющие двух и более детей;
- г) получившие академический отпуск в период очного обучения.

31. Отсрочка от призыва на военную службу предоставляется гражданам:

- а) признанным временно негодными к военной службе по состоянию здоровья;
- б) отбывающим наказание в виде исправительных работ, ограничения свободы, ареста или лишения свободы;
- в) прошедшим военную службу в другом государстве;
- г) признанным ограниченно годными к военной службе по состоянию здоровья.

32. В каком возрасте призываются мужчины на военную службу?

- а) с 16 до 18 лет;
- б) с 18 до 27 лет;
- в) с 18 до 35 лет;
- г) с 18 до 45 лет;
- е) с 18 до 50 лет.

33. В каком возрасте можно заключить первый контракт на военную службу в Вооруженных Силах РФ?

- а) с 18 до 27 лет;
- б) с 18 до 35 лет;
- в) с 18 до 40 лет;
- г) с 18 до 45 лет.

34. Что происходит в каждой воинской части по завершении ее формирования?

- а) организуются новые подразделения;
- б) организуется строительство жилья для военнослужащих;
- в) организуется сообщество людей в военной форме;
- г) вручается Боевое Знамя.

35. Что представляет собой Боевое Знамя?

- а) Боевое Знамя есть особо почетный знак;
- б) символ воинской чести, доблести и славы, напоминающий каждому военнослужащему о героических традициях и священном долге защиты Отечества;
- в) символ отличных показателей в боевой подготовке;
- г) воинский знак, указывающий на принадлежность воинской части к определенному роду войск.

36. Когда гражданин приносит военную присягу?

- а) когда предложат командиры;
- б) когда захочет;
- в) сразу по прибытии к месту службы;
- г) после прохождения начальной военной подготовки.

37. Как регулируется конкретная служебная деятельность военнослужащих, их быт, учеба и повседневная деятельность?

- а) регулируется сержантами;

- б) регулируется офицерами;
- в) регулируется воинскими уставами;
- г) регулируется «дедами»;
- д) командным составом.

38. Какова продолжительность служебной недели военнослужащего срочной службы?

- а) рабочая неделя не нормирована;
- б) рабочая неделя установлена с одним выходным днем;
- в) рабочая неделя установлена с двумя выходными днями;
- г) рабочая неделя установлена с тремя выходными днями.

39. Какова продолжительность служебной недели военнослужащего контрактной службы?

- а) рабочая неделя не нормирована;
- б) рабочая неделя установлена с одним выходным днем;
- в) рабочая неделя установлена с двумя выходными днями;
- г) рабочая неделя установлена с тремя выходными днями.

40. Что должно оставаться между рядами кроватей военнослужащих?

- а) место для пьедестала;
- б) место для прикроватных тумбочек;
- в) место для построения личного состава;
- г) место для проведения утренней зарядки.

41. Какая температура воздуха поддерживается в спальном помещении зимой?

- а) не ниже 16 С ;
- б) не ниже 18 С;
- в) не ниже 20 С;
- г) не ниже 22 С.

42. Какое время по нормативам отводится на сон военнослужащих?

- а) не менее 8 часов;
- б) не менее 9 часов;
- в) не менее 7 часов;
- г) не менее 6 часов.

43. Какое время по нормативам отводится на сон военнослужащему, находящемуся в наряде?

- а) не менее 8 часов;
- б) не менее 4 часов;
- в) не менее 7 часов;
- г) не менее 6 часов.

44. Какое время по нормативам отводится на сон военнослужащему, находящемуся в карауле?

- а) спать нельзя, дается время на сон только после службы в карауле;
- б) не менее 4 часов;
- в) не менее 3 часов;
- г) не менее 6 часов.

45. Сколько часов отводится в сутки для личных потребностей военнослужащих?

- а) не менее одного часа;
- б) не менее двух часов;
- в) не менее трех часов;
- г) не менее четырех часов.

Тема - 7 «Здоровый образ жизни и основы медицинских знаний»
Форма рубежного контроля – тестирование
Вопросы/задания рубежного контроля

Коды контролируемой компетенции: ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; 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.

Тестовые задания:
Тест № 1

1. Какие известны факторы воздействия (риска) на здоровье человека?

- а. гомеопатические;
- б. физические;
- в. химические и биологические;
- г. социальные и психические.

2. Какие известны виды микроорганизмов, влияющих на организм человека?

- а. сапрофиты;
- б. спорифиты;
- в. условно патогенные;
- г. болезнетворные (патогенные);
- д. безусловно патогенные.

3. Каковы внешние признаки большинства инфекционных заболеваний?

- а. снижение температуры тела;
- б. подъём температуры тела;
- в. озноб, разбитость во всём теле;
- г. головная боль.

4. Какими путями обычно передаются инфекции?

- а. фекально-оральным;
- б. фекально-капельным;
- в. воздушно-капельным и жидкостным;
- г. контактным или контактно-бытовым путём, а также переносчиками зоонозных инфекций.

5. Дополните предложение.

Иммунитет с биологической точки зрения-это...

- а. основа хорошего здоровья каждого человека;
- б. способ защиты внешнего постоянства организма от живых тел или веществ, несущих в себе признаки генетически чужеродной информации;
- в. способ защиты внутреннего постоянства организма от живых тел или веществ, несущих в себе признаки генетически чужеродной информации;
- г. способы защиты организма от живых существ и вредных веществ.

6. Дополните предложение.

Здоровый образ жизни-это...

- а. способ существования разумных существ;
- б. государственная политика, направленная на формирование у людей правильного поведения;
- в. индивидуальная система поведения человека , направленная на сохранение и укрепление своего здоровья.

7. Перечислите основные составляющие тренированности организма человека?

- а. сердечно-дыхательная выносливость;
- б. сердечная сила и дыхательная выносливость;
- в. мышечная сила и выносливость;
- г. скоростные качества и гибкость.

8. Каковы основные признаки отравления человека никотином?

- а. покраснение лица, повышение температуры тела;
- б. кашель, тошнота;
- в. головокружение;
- г. горечь во рту.

9. На какие железы внутренней секреции алкоголь оказывает наиболее сильное отрицательное воздействие?

- а. на щитовидную;
- б. на слюнные и лимфатические;
- в. на поджелудочную;
- г. на половую.

10. На сколько короче продолжительность жизни алкоголика по сравнению с непьющим человеком?

- а. на 5 лет
- б. на 2 года
- в. на 10 лет
- г. на 15 лет

11. Какую помощь необходимо оказать пострадавшему при алкогольном отравлении?

- а. положить на живот горячую грелку;
- б. уложить набок и очистить дыхательные пути, а также промыть желудок;
- в. положить на голову холодный компресс и вызвать «скорую помощь»;
- г. дать понюхать ватку, смоченную нашатырным спиртом;

12. В чём заключается помощь пострадавшему при наркотическом отравлении?

- а. уложить пострадавшего на спину;
- б. очистить дыхательные пути пострадавшего;
- в. уложить пострадавшего на бок или живот;
- г. дать понюхать пострадавшему ватку, смоченную в нашатырном спирте и вызвать «скорую помощь»;

13. Какую помощь необходимо оказать пострадавшему при отравлении лекарственными препаратами?

- а. дать обезболивающее средство;
- б. вызвать «скорую помощь»;
- в. промыть пострадавшему желудок;
- г. дать пострадавшему крепкого чая (кофе) и чёрных сухарей.

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.06. ПСИХОТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАТИВНОГО
МЕНЕДЖМЕНТА**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла ОП.06. Психотехнологии коммуникативного менеджмента является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.ф.н. Бразуль-Брушковский Е.Г., доцент кафедры социологии и философии культуры, к.п.н. Казакова И.С.

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла обсужден и утвержден на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



И.С. Холина

(подпись)

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной
некоммерческой организации
Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества
с ограниченной ответственностью
«Логос-Дизайн»



С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	4
1.1. Результаты освоения дисциплины.....	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	5
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	5
1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	8
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ	
ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	12
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	12
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	12
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	14

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формой промежуточной аттестации по дисциплине является зачёт с оценкой, который проводится в письменной форме.

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенции: 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.

Тестовое задание:

1. Общение, передача информации от человека к человеку:

а) коммуникация; б) информация; в) беседа; г) разговор.

2. Теория и практика управления коммуникациями как внутри организации, так и между организацией и соответствующем ей круге лиц, направленная на достижение сотрудничества:

а) управленческая психология; б) коммуникативный менеджмент; в) коммуникативный маркетинг; г) деловое общение.

3. Ключевые показатели состояния гражданского самочувствия:

а) оптимизм; б) жизнерадостность; в) негативизм; г) пессимизм.

4. Наука о технологии личного обаяния, создания достойной репутации:

а) социальная психология; б) психология; в) имиджелогия; г) этика.

5. Способность к общению, общительность:

а) коммуникабельность; б) контактность; в) активность; г) болтливость.

6. Степень популярности известного деятеля:

а) репутация; б) слава; в) известность; г) рейтинг.

7. Субъекты, из которых складывается корпоративная идентичность:

а) предприятие; б) персона; в) продукция; г) паблик рилейшнз.

8. Комплекс принимаемых организацией и разделяемых ее сотрудниками концептуальных и смысловых принципов, доминирующих ценностей, понятий и убеждений:

а) корпоративная философия; б) корпоративная идентичность; в) корпоративное поведение; г) корпоративная культура.

9. Визуальный имидж организации представляет собой:

а) представление сотрудников о своей организации; б) представления об организации, субстратом которой являются зрительные ощущения, фиксирующие информацию об интерьере офиса, торговых и демонстрационных залах, внешнем облике персонала и пр.; в) представления об организации как субъекте определенной деятельности; г) представления широкой общественности о социальных целях и роли организации в экономической, социальной и культурной жизни общества.

10. Страна, в которой зародился термин "public relations":

а) Англия; б) Германия; в) США; г) Франция.

11. Опросный документ, предназначенный для использования в ходе интервью:

а) анкета; б) тест; в) опросник; г) удостоверение.

12. Короткое выступление ответственного лица перед журналистами с пояснительной информацией о каком-либо событии:

а) интервью; б) пресс-конференция; в) презентация; г) брифинг.

13. Общественность, с которой организация вступает в контакт за ее пределами:

а) акционеры; б) налогоплательщики; в) потребители; г) сотрудники.

14. Телемаркетинг представляет собой:

а) использование телефонных сетей для непосредственной продажи товара потребителям; б) прямой маркетинг посредством каталогов, рассылаемых выбранным клиентам или предоставляемых им в местах продажи товаров; в) прямой маркетинг через двухканальную систему, которая связывает кабельной или телефонной линией потребителей с компьютеризированным каталогом продавца; г) прямой маркетинг почтовых отправок потенциальным клиентам.

15. Составляющая имиджа руководителя, своего рода конституция, выражающая стратегическое видение руководителя:

а) личная миссия руководителя; б) социальные характеристики; в) ценностные ориентации руководителя; г) персональные характеристики.

16. Внутренние коммуникации представляют собой:

а) коммуникации, которые определяются организационной структурой предприятия, взаимосвязью уровней управления и функциональных отделов; б) коммуникации между организацией и средой; в) коммуникации внутри организации между различными уровнями и подразделениями; г) устное общение людей.

17. Коммуникативный канал, по которому передаются слухи:

а) канал внутренних коммуникаций; б) канал формальных коммуникаций; в) канал неформальных коммуникаций; г) канал внешних коммуникаций.

18. Продвижение интересов через органы государственной власти:

а) адвокати́рование; б) лоббирование; в) пропаганда; г) политическая реклама.

19. Функция коммуникации, которая отражает возбуждение или изменение характера эмоциональных переживаний:

а) информативная; б) перцептивная; в) интерактивная; г) экспрессивная.

20. Специальный бюллетень для СМИ, содержащий материалы оперативной публикации:

а) информационно письмо; б) буклет; в) медиа-кит; г) пресс-релиз.

21. Связи, ориентированные на проживающих в месте расположения предприятия и нацеленные на формирование добрососедских отношений:

а) связи с органами власти; б) коммунальные связи; в) экологические связи; г) кризисные ситуации.

22. Причины кризисных ситуаций, вызванные административными и социальными факторами:

а) слухи; б) загрязнение окружающей среды; в) кризис рынка; г) действия конкурентов; д) катастрофы.

23. Графическое воплощение индивидуального названия компании, направленное на усиление эмоционального воздействия и максимальное открытие ключевых аспектов позиционирования компании:

а) логотип; б) торговая марка; в) бренд; г) фирменный стиль.

24. Придание товару, услуге или компании особых характеристик, которые позволяют дифференцироваться от конкурентов и быть уникальным:

а) идентичность; б) имиджирование; в) брендинг; г) дизайн.

25. Внутренне нравственное достоинство человека, его доблесть, благородство души:

а) совесть; б) честь; в) честолюбие; г) почет.

26. Общение между руководителем и его коллегами, в основу которого положены административно-этические нормативы:

а) манипулятивное; б) субординационное; в) дружеское; г) служебно-товарищеское.

27. Соотношение вложенного в производство капитала и объема выпуска продукции:

а) трудоемкость; б) капиталоемкость; в) рентабельность; г) прибыльность.

28. Экономические факторы макросреды:

а) показатель ВВП; б) демографическая структура населения; в) уровень безработицы; г) действующее налоговое законодательство; д) стоимость энергоресурсов; е) защита интеллектуальной собственности.

29. Прогноз поступления денежной наличности в результате проведения тех или иных коммуникационных мероприятий:

а) смета доходов и расходов; б) смета капитальных расходов; в) кассовый бюджет; г) балансовая смета; д) смета затрат времени, пространства, материалов и продукции.

30. Метод определения бюджета, суть которого состоит в тесной привязке факторов затрат к поставленным целям и задачам:

а) метод отчисления процента от объема прибыли; б) метод конкурентного паритета; в) метод исчисления от "наличных средств"; г) метод определения бюджета с учетом изменившихся финансовых показателей.

31. Первичный компонент бизнес-плана коммуникационного менеджмента:

а) определение целей; б) работа с различными СМИ; в) определение целевых рынков; г) сбор базовых данных; д) общие заключения по работе.

32. Финансовые вложения, направленные на развитие определенного сектора экономики:

а) инвестиции; б) залог; в) капитал; г) дотация.

33. Вид рекламы, который используется при внедрении товара на рынок:

а) информационная реклама; б) убеждающая реклама; в) напоминающая реклама; г) контекстная реклама.

34. Координирование как функция управления представляет собой:

а) прочерчивание перспектив; б) согласованность и взаимодействие; в) последовательность решения задач; г) налаживание всех связей и отношений; д) надзор за исполнением планов и приказов; е) разнообразие видов убеждения и принуждения.

35. Неличное, неоплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу, улучшение имиджа организации или физического лица:

а) имиджирование; б) реклама; в) паблисити; г) пропаганда.

36. Вид публичного общения для привлечения внимания целевой аудитории, стимулирования интереса к организации и формирования позитивного к ней отношения:

а) пресс-конференция; б) публичная компания; в) продвижение; г) паблисити.

37. Средства публичной коммуникации, к которым относится СМИ: а) методические; б) технические; в) личностные; г) социальные.

38. Вид интервью, в котором используется "путеводитель интервью" с перечнем как строго необходимых, так и возможных вопросов:

а) фокусированное; б) глубинное; в) свободное; г) стандартизованное.

39. Публичная демонстрация достижений тех или иных отраслей материальной или духовной сферы жизни общества, основная цель которой – обмен идеями, теориями, знаниями при возможном сочетании с коммерческой деятельностью:

а) презентация; б) выставка; в) ярмарка; г) конференция.

40. Предметом коммуникационного менеджмента являются:

а) социальные институты; б) различные виды общения; в) корпоративные коммуникации; г) особенности управления организацией.

1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел - 1 «Модели и этапы коммуникации»

Форма рубежного контроля – опрос

Вопросы/задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: 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.

Теоретический блок вопросов:

1. Основные понятия, цели и задачи дисциплины «Психотехнологии коммуникативного менеджмента».
2. Определения коммуникации.
3. Компоненты коммуникации в простейшей модели. Все виды коммуникационных компонентов.
4. Этапы коммуникации: замысел, сбор информации, анализ информации, подготовка сообщения, размножение информации, доставка получателю, знакомство получателя с сообщением, осмысление, использование.
5. Предмет и задачи коммуникационного менеджмента.
6. Коммуникативные свойства культуры и роль языка.
7. Коммуникация в животном мире.
8. Невербальная коммуникация.

**Раздел - 2 «Управление коммуникацией как функция организации»
Вопросы/задания рубежного контроля**

Код контролируемой компетенции: 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.

Форма рубежного контроля – опрос

Теоретический блок вопросов:

1. Коммуникационные потребности организации: потребности в информации, общении, создании сообщений о позитивном характере организации, эффективной обратной связи.
2. Коммуникативный менеджмент – деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри, так и вне организации.
3. Коммуникационные проблемы организации их выявление.
4. Ведущие субъекты коммуникационного менеджмента.
5. Освещение проблем коммуникационного менеджмента в отечественной и зарубежной литературе.
6. Правовые основы коммуникационного менеджмента.
7. Этические особенности межличностных коммуникаций

**Раздел - 3 «Управление внутренней коммуникацией организации»
Вопросы/задания рубежного контроля**

Код контролируемой компетенции: 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.

Форма рубежного контроля – опрос

Теоретический блок вопросов:

1. Особенности внутренней коммуникации организации.
2. Цели управления внутренней коммуникацией.
3. Задачи внутрикорпоративной коммуникации.
4. Способы управления внутренней коммуникацией организации
5. Менеджер по обеспечению управления коммуникационными процессами как профессия.
6. Основные направления работы с персоналом по воспитанию персонального и корпоративного честолюбия.
7. Мотивация деятельности персонала.
8. Факторы конкурентоспособности персонала: настоящее и прогноз.
9. Модель управленческого общения в коммуникационном менеджменте.

Раздел - 4 «Управление внешней коммуникацией»

Вопросы/задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: ОК 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.

Форма рубежного контроля – опрос

Теоретический блок вопросов:

1. Коммуникационное обеспечение контактов с различными субъектами.
2. Разработка коммуникационных стратегий для различных целевых аудиторий.
3. Виды внешних коммуникаций и их описание (рекламные компании, контакты со СМИ, лоббизм и пр.).
4. Характерные черты коммуникационного менеджмента государственного предприятия.
5. Основные направления деятельности коммуникационного менеджмента в сфере бизнеса.
6. Информационное и технологическое обеспечение деловой структуры.
7. Обеспечение коммуникационной безопасности бизнеса.
8. Коммуникационный менеджмент органов публичной власти.

Раздел - 5 «Эффективность коммуникации»

Вопросы/задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: 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.

Форма рубежного контроля – опрос

Теоретический блок вопросов:

1. Эффективность и ее аспекты (увеличение сбыта, приток инвестиций, улучшение внешнего финансирования и пр.).
2. Затраты на коммуникацию (мониторинг коммуникационных потребностей и

социальных настроений, изучение влияния на целевую аудиторию и конкурирующих коммуникаторов, денежные затраты на изучение аудиторий, поиск и выделение из состава аудиторий наиболее коммуникабельных групп и пр.)

3. Потенциал и ограничения коммуникационного менеджмента в кризисных ситуациях.
 4. Типологии кризисных ситуаций в публичном общении.
 5. Кризисная ситуация потери деловой репутации.
 6. Конструктивные и деструктивные функции конфликтов в публичном общении.
- Технологии преодоления публичных конфликтов

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам - программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.07 СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ, МАРКЕТИНГА
И ПИАР**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла ОП.07 Современные технологии рекламы, маркетинга и пиар является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

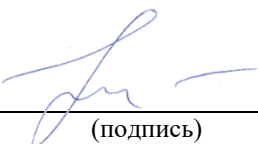
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла обсужден и утвержден на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



(подпись)

Е.А. Суярова

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



(подпись)

С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	4
1.1. Результаты освоения дисциплины	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	6
1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	9
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	16
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	18

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	заданий		
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Уметь 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
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Уметь проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка.	Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	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.

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации по дисциплине являются Другие формы контроля (контрольная работа), зачёт с оценкой которые проводятся в устной и письменной форме.

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Промежуточная аттестация в другой форме контроля (контрольная работа)

Коды контролируемой компетенции: 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; ПК 3.1; ПК 3.2

Вопросы для промежуточной аттестации: тестовые задания:

1. Какое направление деятельности создает необходимые знания о продукте для того, чтобы впоследствии реклама добилась больших успехов?

- а) public relations; (верно)
- б) пропаганда;
- в) маркетинг;
- г) продвижение продаж.

2. Какой из следующих видов деятельности позволяет продавать товары и услуги профессионально, а не на удачу, от случая к случаю?

- а) public relations;
- б) маркетинг; (верно)
- в) реклама;
- г) пропаганда.

3. В чем проявляется зависимость между рекламой и public relations?

- а) без public relations не бывает рекламы; (верно)
- б) public relations является частью рекламы;
- в) реклама с большей вероятностью добьется успехов, если предыдущая PR-деятельность создаст необходимые знания о продукте;
- г) все варианты верны.

4. Соотношение PR и пропаганды:

- а) это разные типы работы с общественностью
- б) пропаганда — часть PR
- в) PR — часть пропаганды
- г) это одно и то же

5. Цель PR:

- а) согласие организации с ее общественностью
- б) повышение прибылей организации
- в) создание эффективного канала воздействия на социум
- г) реклама фирмы и ее услуг

6. Обычно в первую очередь в организации реализуются:

- а) краткосрочные PR-цели; (верно)
- б) долгосрочные PR-цели;
- в) PR-цели, требующие больших финансовых затрат;
- г) PR-цели, требующие больших трудовых затрат.

7. Размер внутреннего отдела PR зависит от:

- а) размера организации;
- б) необходимости компании в эффективном PR;
- в) специальных требований, которые организация ставит перед PR; (верно)
- г) все варианты верны.

8. Сколько существует основных типов психологического воздействия, различающихся по своему объекту?

- 1. 1
- 2. 2

3. 3
4. 4

9. Неманипулятивный метод психологического воздействия на сознание личности, с целью осознанного принятия ею определенных установок, оценок и суждений:

1. Убеждение
2. Подражание
3. Внушение

10. Процесс и метод воздействия на психологическую сферу человека, направленный на снижение сознательного контроля и критичности при восприятии.

1. Убеждение
2. Подражание
3. Внушение

11. Наука о технологии личного обаяния, создания достойной репутации:

1. социальная психология;
2. психология;
3. имиджелогия;
4. этика.

12. Ключевые показатели состояния гражданского самочувствия:

1. оптимизм;
2. жизнерадостность;
3. негативизм;
4. пессимизм.

13. Степень популярности известного деятеля:

1. репутация;
2. слава;
3. известность;
4. рейтинг.

14. «Лидеры мнений» — это:

1. люди, занимающиеся организацией и проведением избирательных кампаний
2. круг лиц, обладающих правом голоса при выборах в органы государственной власти, на референдумах и плебисцитах
3. люди, способные влиять на установки или поведения других индивидов в нужном направлении

8. Реклама – явление ...

1. Социально-психологическое
2. Социальное

3. Эмоционально-психологическое
4. Мотивационное

Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой

Коды контролируемой компетенции: 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; ПК 3.1; ПК 3.2

Вопросы для промежуточной аттестации:

1. Сущность и отличительные особенности связей с общественностью. PR в системе социальных технологий.
2. Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ.
3. Психологические аспекты использования музыки в связях с общественностью и рекламе.
4. Использование цвета в рекламе и связях с общественностью.
5. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты.
6. Базовые инструменты PR-технологий
7. PR-технологии в политике
8. Современные избирательные технологии в сфере связей с общественностью
9. Формирование имиджа политического лидера
10. Теория и практика политических манипуляций в современном мире
11. PR-технологии в инвестиционной сфере
12. PR-технологии в социальной сфере
13. "Спонсорство и благотворительность
14. Фандрайзинг
15. PR-технологии в сети Интернет
16. Social Media в PR-деятельности организации
17. Технология рекламно-информационного воздействия при проведении рекламных и PR-кампаний.
18. Основные приемы в рекламе
19. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере науки, образования и культуры.
20. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере туризма и спорта
21. Особенности PR-технологий в сфере производства, торговли, услуг

1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Тема 1.1. PR и реклама в системе маркетинговой коммуникации

Форма текущего контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: 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; ПК 3.1; ПК 3.2

Тестовые задания:

1. Какое направление деятельности создает необходимые знания о продукте для того, чтобы впоследствии реклама добилась больших успехов?

- а) public relations; (верно)
- б) пропаганда;
- в) маркетинг;
- г) продвижение продаж.

2. Какой из следующих видов деятельности позволяет продавать товары и услуги профессионально, а не на удачу, от случая к случаю?

- а) public relations;
- б) маркетинг; (верно)
- в) реклама;
- г) пропаганда.

3. В чем проявляется зависимость между рекламой и public relations?

- а) без public relations не бывает рекламы; (верно)
- б) public relations является частью рекламы;
- в) реклама с большей вероятностью добьется успехов, если предыдущая PR-деятельность создаст необходимые знания о продукте;
- г) все варианты верны.

4. Соотношение PR и пропаганды:

- а) это разные типы работы с общественностью
- б) пропаганда — часть PR
- в) PR — часть пропаганды
- г) это одно и то же

5. Цель PR:

- а) согласие организации с ее общественностью
- б) повышение прибылей организации
- в) создание эффективного канала воздействия на социум
- г) реклама фирмы и ее услуг

6. Обычно в первую очередь в организации реализуются:

- а) краткосрочные PR-цели; (верно)
- б) долгосрочные PR-цели;
- в) PR-цели, требующие больших финансовых затрат;
- г) PR-цели, требующие больших трудовых затрат.

7. Размер внутреннего отдела PR зависит от:

- а) размера организации;
- б) необходимости компании в эффективном PR;
- в) специальных требований, которые организация ставит перед PR; (верно)
- г) все варианты верны.

Тема 1.2. Психологические аспекты применения технологий в рекламе и связях с общественностью

Форма текущего контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: 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; ПК 3.1; ПК 3.2

Тестовые задания:

1. Сколько существует основных типов психологического воздействия, различающихся по своему объекту?

- 5. 1
- 6. 2
- 7. 3
- 8. 4

2. Неманипулятивный метод психологического воздействия на сознание личности, с целью осознанного принятия ею определенных установок, оценок и суждений:

- 4. Убеждение
- 5. Подражание
- 6. Внушение

3. Процесс и метод воздействия на психологическую сферу человека, направленный на снижение сознательного контроля и критичности при восприятии.

- 4. Убеждение
- 5. Подражание
- 6. Внушение

4. Наука о технологии личного обаяния, создания достойной репутации:

- 1. социальная психология;
- 2. психология;
- 3. имиджелогия;
- 4. этика.

5. Ключевые показатели состояния гражданского самочувствия:

- 1. оптимизм;
- 2. жизнерадостность;
- 3. негативизм;
- 4. пессимизм.

6. Степень популярности известного деятеля:

1. репутация;
2. слава;
3. известность;
4. рейтинг.

7. «Лидеры мнений» — это:

1. люди, занимающиеся организацией и проведением избирательных кампаний
2. круг лиц, обладающих правом голоса при выборах в органы государственной власти, на референдумах и плебисцитах
3. люди, способные влиять на установки или поведения других индивидов в нужном направлении

8. Реклама – явление ...

5. Социально-психологическое
6. Социальное
7. Эмоционально-психологическое
8. Мотивационное

Тема 1.3. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты

Форма текущего контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: 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; ПК 3.1; ПК 3.2

Тестовые задания:

1. Целью public relations является обеспечение взаимодействия:

- а) между организацией и ее общественностью; (Верно)
- а) между организациями-конкурентами;
- б) внутри руководящего состава;
- в) между организациями из разных отраслей экономики.

2. Основное направление работы специалистов подразделений службы PR (в коммерческой организации):

- а) максимально длительное игнорирование общественного мнения и отсутствие информированности о нем руководства
- б) консультирование и подготовка важнейших выступлений первых лиц компании
- в) формирование стратегии фирмы с учетом общественных связей
- г) выработка стратегии фирмы в области ценообразования
- д) участие в ответственных деловых встречах, от которых зависит финансовое положение фирмы

3. Специалиста PR по связям с медиа называют:

- а) PR-менеджер;
- б) PR-директор;
- в) PR-специалист; (верно)
- г) пресс-атташе.

4. Простейшая модель PR-планирования включает в себя следующие этапы:

- 1) определение целей;
- 2) анализ ситуации;
- 3) планирование бюджета;
- 4) определение категорий общественности;
- 5) выбор медиа и методов работы с ними;
- 6) анализ результатов.

5. Средства публичной коммуникации, к которым относится СМИ:

- а) методические;
- б) технические;
- в) личностные;
- г) социальные.

6. Вид публичного общения для привлечения внимания целевой аудитории, стимулирования интереса к организации и формирования позитивного к ней отношения:

- а) пресс-конференция;
- б) публичная компания;
- в) продвижение;
- г) паблисити.

7. Элементы структуры коммуникативного процесса (выберите три ответа)

- а) информационный канал
- б) социальные структуры
- в) способы манипуляции
- г) цель воздействия
- д) отправитель сообщения
- е) получатель сообщения

Тема 1.4. Креативные технологии в рекламе и СО

Форма текущего контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции: 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; ПК 3.1; ПК 3.2

Тестовые задания:

1. Концепция PR-кампании разрабатывается в ходе планирования:

- а) стратегического
- б) оперативного
- в) тактического

2. Мероприятия, используемые в PR-практике (выберите три ответа) :

- а) выставки
- б) снижение цены
- в) формализация отчетов
- г) публичные выступления
- д) конференции
- е) презентации

3. Бриф – это:

- а) исследования различных характеристик СМИ
- б) набор, комплект, пакет, специально подготовленный для представителей СМИ
- в) краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании

4. Короткая и конструктивная встреча официальных лиц, представляющих, по преимуществу, деловые или правительственные круги, со средствами массовой информации – это...

- а) пресс-конференция
- б) прием
- в) брифинг
- г) презентация
- д) пресс-тур

5. PR-задачи, решаемые выставочной деятельностью (выберите три ответа):

- а) разработка методов воздействия на потребителей
- б) повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия в целом
- в) изучение рыночных условий
- г) продвижение товаров и услуг предприятия на рынке
- д) выявление конкурентов
- е) укрепление делового имиджа предприятия

6. Паблисити как технология PR — это технология

- а) достижения положительной известности субъекта среди его общественности
- б) распространения в СМИ благоприятной информации о субъекте
- в) создания общественной популярности
- г) распространения благоприятных для субъекта мифов

7. Деятельность PR-структур в процессе внутрикорпоративного менеджмента направлена на:

- а) развитие коллективом командного духа
- б) улучшение информированности внешней среды
- в) организацию рекламной кампании
- г) увеличение объемов продаж продукции предприятия

8. Наиболее перспективная в современных условиях модель связей с общественностью:

- а) двусторонняя симметричная модель
- б) двусторонняя ассиметричная модель
- в) модель общественной информации
- г) модель рекламы

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам - программам среднего профессионального образования,

программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.08 ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	4
1.1. Результаты освоения дисциплины	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	6
1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	14
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	14
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	14
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	16

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством,	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	потребителями.	делового общения	взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при	Знать методы психологического воздействия на

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
		создании рекламного продукта, услуги	потребителя
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Уметь составлять рекламные тексты	Знать приемы и принципы составления рекламного текста
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Уметь разрабатывать композиционное решение рекламного продукта	Знать композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации по дисциплине являются *другие формы контроля* (контрольные работы) и *экзамен*, которые проводятся в *письменной* форме.

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5

Радиоролик – это:

- а) информация, зачитываемая диктором
- б) специально разработанный игровой радиосюжет, излагающий определенную информацию

в) тематическая радиопередача информационно-рекламного характера

Ответ: б

2. Основную информацию в рекламе на радио необходимо дать в первые:

- а) 15 секунд
- б) 10 секунд
- в) 30 секунд

Ответ: б

3. Последовательность в радиосообщении должна быть такой:

- а) что, как, где
- б) где, как, что
- в) как, что, где

Ответ: а

4. В рекламном объявлении на радио лучше использовать:

- а) деловой стиль
- б) сленг, жаргон
- в) разговорный стиль

Ответ: в

5. Наиболее подходящее эфирное время для размещения ролика, целевой аудиторией которого является молодежь:

- а) с 6.00 до 9.00
- б) с 9.00 до 12.00
- в) с 12.00 до 16.00
- г) с 16.00

Ответ: г

6. Наибольшего развития рекламные технологии достигли в:

- А) Евросоюзе
- Б) США
- В) России
- Г) Китае
- Д) Японии

Ответ: б

7. К целям рекламы не относят:

- А) информирующую
- Б) увещательную
- В) развивающую
- Г) подкрепляющую
- Д) напоминающую

Ответ: в

8. Консьюмеризм – это:

- А) движение по защите от засилья рекламы
- Б) процесс производства рекламы на ТВ
- В) движение по защите прав потребителей

Ответ: в

9. Что относится к рекламным элементам:

- А) ТВ, радио
- Б) содержание, форма
- В) технический носитель
- Г) текст

Ответ: б

10. Многократное издание размером не более одного листа, рассчитанное на кратковременное использование, это:

- А) каталог
- Б) проспект
- В) брошюра

Г) буклет

Ответ: г

11. На кого в большей степени воздействует реклама?

А) людей с более высоким уровнем развития

Б) людей с низким уровнем развития

В) пенсионеров

Ответ: а

12. Стандартный рекламный ролик составляет:

А) 10 сек.

Б) 60 сек

В) 30 сек

Г) 15 сек.

Ответ: в

13. Для какого вида рекламы свойственно отсутствие конкретной целевой аудитории?

А) ТВ

Б) печатная реклама

В) наружная реклама

Г) радиореклама

Ответ: в

14. «Реклама» в переводе с латинского означает:

а) торговля

б) продажа

в) выкрикивать

г) продвижение

Ответ: в

15. В каком году был принят «закон о рекламе»:

А) 1991

Б) 1995

В) 1997

Г) 2002

Ответ: б

16. Какие передачи запрещено прерывать рекламой?

А) ток-шоу

Б) художественные фильмы

В) детские передачи

Г) новости

17. Сколько процентов площади экрана должна занимать бегущая строка?

А) 5 %

Б) 10 %

В) 7 %

Ответ: в

18. Размещение наружной рекламы требует разрешения:

- А) ГИБДД
- Б) специального территориального органа
- В) федерального органа

19. Выберите верное определение: «Лицо, до которого доводится реклама с целью воздействия» –

- А) рекламодаделец
- Б) рекламодатель
- В) рекламопроизводитель
- Г) потребитель рекламы

Ответ: г

20. К какому виду ненадлежащей рекламы относятся некорректные сравнения с товарами других производителей?

- А) недобросовестная
- Б) недостоверная
- В) неэтичная
- Г) скрытая

Ответ: а

21. На какой вид внимания воздействует цвет и размер рекламируемого товара?

- А) произвольное
- Б) непроизвольное
- В) послепроизвольное

Ответ: б

22. Какой вид рекламы использует 25 кадр?

- А) заведомо ложная
- Б) скрытая
- В) недостоверная
- Г) недобросовестная

Ответ: б

23. Ведущий регулирующий орган в сфере рекламы:

- А) Федеральная торговая комиссия
- Б) Комиссия по безопасности потребительских товаров
- В) Международная торговая палата

Ответ: а

24. Какое из этих средств в системе маркетинговых коммуникаций не относится к основным:

- А) реклама
- Б) PR
- В) прямой маркетинг
- Г) выставки и ярмарки
- Д) стимулирование сбыта

Ответ: г

25. В каком году был принят международный кодекс рекламной практики?

- А) 1980

Б) 1990

В) 1986

Ответ: в

26. Какое сочетание цветов, с точки зрения психологии рекламы, привлекает больше внимания мужчин?

А) красно-желтый

Б) красно-синий

В) черно-белый

Г) сине-желтый

Ответ: г

27. Контрреклама осуществляется:

А) в связи с предстоящими выборами

Б) в случае установления факта нарушения закона

В) в случае, когда нужно сбыть товар в кратчайший срок

Ответ: б

28. Какая реклама финансируется благотворительными учреждениями:

А) коммерческая

Б) производственная

В) сбытовая

Г) некоммерческая

Ответ: г

29. В современной трактовке коммуникации есть:

А) ограничивающее конкуренцию соглашение между предприятиями

Б) социально обусловленный процесс передачи информации и ее восприятие в условиях межличностного общения

В) форма обеспечения обязательств предпринимателя

Ответ: б

30. Какие приемы для достижения своих целей использует коммерческая пропаганда?

А) связь со СМИ

Б) участие представителей фирмы в работе съездов и конференций

В) организация всевозможных мероприятий событийного характера

Г) все ответы верны

Ответ: г

31. Что представляет из себя система приемов, носящих кратковременный характер и направленных на поощрение покупки?

А) коммерческая пропаганда

Б) стимулирование сбыта

В) посредничество

Г) PR

Ответ: б

32. К какому термину подходит данное определение: «Неличное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством публикаций на радио, ТВ или с помощью иных средств, не оплачиваемых спонсором»?

- А) реклама
- Б) стимулирование сбыта
- В) личная продажа
- Г) паблисити
- Д) прямой маркетинг

Ответ: г

33. К какому рекламному средству относится каталог?

- А) наружная реклама
- Б) печатная реклама
- В) реклама в прессе
- Г) прямая почтовая реклама

Ответ: б

34. На какой тип адресатов направлены sales promotion?

- А) торговые посредники
- Б) потребители
- В) собственный торговый персонал
- Г) все ответы верны

Ответ: г

35. Какие из приемов поощрения не направлены на потребителей?

- А) скидки с цены
- Б) раздача образцов
- В) бонусные скидки
- Г) участие в распространении рекламы

Ответ: г

36. Определите эффективность рекламы (в %) при условии, что прирост прибыли фирмы составил 625 тыс. руб. Расходы на рекламу были следующие:

- прямая почтовая реклама: разослано 80 тыс. рекламных листовок (изготовление, печатание обошлось по 10 коп/шт, рассылка стоила 1 руб. за шт.

- телевизионная реклама: тариф за 1 мин. Демонстрации по ТВ стоит 7 тыс. руб. Заключен договор на 5 дней показа, причем каждый день реклама занимала в сумме 5 мин. Эфирного времени.

- рекламные объявления в прессе: тариф на 1 кв. см. газетной площади – 200 руб., объявления занимают общую площадь 120 кв. см.

Ответ: 217 %

37. Прибыль предприятия в течение 2010 года была устойчивой и в среднем составила 300 тыс. руб. в месяц. Была проведена рекламная кампания, которая обошлась в 130 тыс. руб., после чего прибыль удвоилась. Определите эффективность рекламной кампании (в %).

Ответ: 231 %

1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Методологические основы рекламной деятельности

Форма рубежного контроля – опрос

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5

Вопросы рубежного контроля:

1. История возникновения и развития рекламы.
2. История развития рекламы в России.
3. Функции рекламы
4. Классификация видов рекламы
5. Сферы применения рекламы
6. Роль и значение рекламы на современном этапе развития общества.
7. Современный рынок рекламы в России и проблемы его функционирования

Раздел 2 Регулирование рекламной деятельности

Форма рубежного контроля – опрос

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5

Вопросы рубежного контроля:

1. Государственное регулирование рекламной деятельности в России
2. Основные понятия и наиболее важные статьи Федерального Закона «О рекламе».
3. Кодекс рекламной практики.
4. Субъекты рекламной деятельности
5. Рекламное сообщение: понятие и назначение
6. Требования к рекламному сообщению
7. Социальные аспекты регулирования рекламной деятельности.

Раздел 3. Средства рекламы

Форма рубежного контроля – опрос

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5

Вопросы рубежного контроля:

1. Классификация средств рекламы
2. Достоинства и недостатки печатной рекламы. Виды печатной рекламы.
3. Особенности создания рекламы с помощью печатных материалов.
4. Аудиовизуальная реклама. Виды, черты, преимущества и недостатки.
5. Специфика производства рекламы на радио. Виды радиорекламы. Ее достоинства и недостатки.

6. Телевизионная реклама. Подготовка рекламной кампании на телевидении. Виды ТВ-рекламы.

7. Особенности проведения сегментации целевой аудитории с помощью эфирного времени и выбора канала. Концепция эффективного ТВ-ролика.

8. Преимущества и недостатки прямой почтовой рекламы. Базы адресов.

9. Выставки и ярмарки как одна из древнейших форм продвижения продукции.

Процесс организации выставок.

10. Особенности и этапы процесса участия фирмы в выставке.

11. Виды и правила создания наружной рекламы. Современные технологии наружной рекламы, ее преимущества и недостатки.

12. Классификация сувенирной продукции. Особенности ее создания и распространения. Использование фирменной символики.

13. Цели и функции сувенирной рекламы.

14. Классификация витрин, способы их оформления. Значение дизайна витрин в коммерческой деятельности магазинов.

15. Интерактивная реклама. Реклама в Интернете. Списки рассылок. Понятие спама.

Раздел 4. Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности

Форма рубежного контроля – опрос

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5

Вопросы рубежного контроля:

1. Функции рекламных агентств, их виды.

2. Организационная структура и должностные обязанности специалистов рекламного агентства.

2.. Основные этапы разработки рекламной кампании.

3. Проблема выбора средств распространения рекламы.

4. Экономическая эффективность рекламы. Методы расчета эффективности, недостатки и достоинства этих методов.

5. Способы оценки психологической эффективности рекламы. Приемы повышения её эффективности.

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам - программам среднего профессионального образования,

программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ:
ОП.09. СТИЛИСТИКА РУССКОГО ЯЗЫКА В РЕКЛАМНОМ
ОБРАЩЕНИИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла ОП.09. Стилистика русского языка в рекламном обращении является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

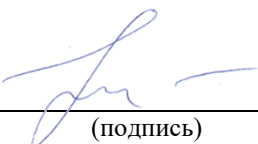
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла обсужден и утвержден на заседании ПЦК. Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель



(подпись)

Е.А. Суярова

Фонд оценочных средств дисциплины профессионального цикла рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной
некоммерческой организации
Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества
с ограниченной ответственностью
«Логос-Дизайн»



С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	4
1.1. Результаты освоения дисциплины	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	5
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	5
1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	6
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	11
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	11
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	13

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	заданий		
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации по дисциплине являются другие формы контроля (контрольная работа) и экзамен, которые проводятся в письменной форме.

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Блок теоретических вопросов для промежуточной аттестации:

1. Особенности рекламной коммуникации. Виды рекламы и ее задачи.
 2. Жанры рекламных произведений. Лингвистические аспекты выделения жанров в рекламе.
 3. Стилистическая принадлежность рекламных текстов.
 4. Структура рекламного текста.
 5. Слоган и его виды. Лингвистические особенности рекламного слогана.
- Художественные приемы, используемые при его создании.
6. Этапы составления рекламного обращения.
 7. Языковые средства воздействия в рекламе. Виды воздействия.
 8. Языковые средства для создания образности в рекламе.
 9. Тропы и фигуры речи в рекламных произведениях.
 10. Особенности текстов газетно-журнальной рекламы.
 11. Особенности текстов теле- и радиорекламы.
 12. Специфика наружной рекламы.
 13. Реклама в сети Интернет. Особенности построения рекламных текстов.
 14. Невербальное сопровождение рекламного текста (изображение, интонация и др.).
- Особенности рекламного дизайна.
15. Психолингвистические особенности рекламного текста.
 16. Функции прецедентных текстов в рекламе. Игровые модели рекламного обращения.
 17. Особенности редактирования модульного текста. Типичные ошибки, встречающиеся в рекламе. Способы их устранения.
 18. Культура речи и этические нормы в рекламных произведениях.

Примеры аналитических:

1. Определите задачу, выполняемую рекламным текстом (обычная предлагающая реклама, имиджевая, трансформирующая и т.д.).
2. Определите разновидность рекламного текста (традиционное, редакционное, купонное объявление и др.).
3. Охарактеризуйте использованные при создании рекламного текста стилевые принципы (краткость, оригинальность, выразительность) и стилевые приемы (прием контраста, прием доброго слова, прием эффективных связей и др.).
4. Охарактеризуйте структуру рекламного текста:
 - выделите заголовок и определите его вид,
 - найдите ОРТ (основной рекламный текст): вводный абзац, внутренние абзацы, заключение,
 - определите эффективность коды,
 - опишите художественную и маркетинговую ценность слогана.

1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю)

Тема 1. «Понятие рекламы. Рекламная коммуникация. Виды и средства рекламы»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Реклама как разновидность социальной информации. Функции и задачи рекламы.
2. Понятие коммуникации. Реклама как дискурс. Значение адресата для рекламной коммуникации.
3. Концепты и символы рекламной коммуникации.
4. Особенности коммерческой, политической и социальной рекламы.
5. Реклама в прессе, на радио, телевидении, в интернете, наружная реклама и другие средства рекламы.
6. Реклама как вид словесности. Этнос, пафос и логос рекламы.

Тема 2. «Психология восприятия рекламы и приемы речевого воздействия»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Роль психических процессов в формировании рекламных образов.
2. Психоаналитические концепции культуры и их значение для проектирования рекламы.
3. Психология мотивации в рекламе.
4. Предмет психолингвистики. Исследование психики потребителя.
5. Психолингвистические особенности аудиальной и визуальной рекламы.
6. Суггестивные психотехнологии в рекламе.
7. Нейролингвистическое программирование (NLP).
8. Языковое манипулирование.
9. ИмPLICITная информация.

Тема 3. «Рекламный текст. Основные вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Основные вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы
2. Композиция рекламного текста.
3. Слоган, приемы его создания. Классификация слоганов.
4. Этнокультурные и лингвистические особенности рекламного слогана.
5. Виды заголовков рекламного текста.
6. Основной рекламный текст и приемы аргументации в рекламе.
7. Коды рекламного текста. Читаемость рекламных текстов

Тема 4. «Язык изобразительной рекламы и его специфика. Дизайн рекламы»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Невербальные компоненты рекламного текста.
2. Визуально-графические компоненты рекламы: шрифт, семантика цвета, иллюстрация, макетирование и др.
3. Значение символа в создании визуальных образов рекламы.
4. Функции дизайна в рекламе.

5. Рекламная идея и ее структура.
6. Рекламная концепция.
7. Рекламный образ.
8. Типология дизайна.

Тема 5. «Жанры рекламы»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Объявление – реклама – рекламное объявление (к уточнению характеристики жанра).
2. Имплицитный смысл номинативного рекламного объявления.
3. Жанр рекламного объявления в аспекте его коммуникативных, речевых и языковых характеристик.
4. Информационные, аналитические и публицистические жанры рекламы.
5. Лингвистика жанра

Тема 6. «Стилистические аспекты современной рекламы»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Стилистическая дифференциация рекламных текстов.
2. Особенности использования функциональных стилей в зависимости от тематики, вида, жанра и размещения рекламного произведения, а также целевой аудитории.
3. Языковые средства, используемые для создания образности: тропы (метафоры, метонимии, синекдохи, гиперболы и др.); фигуры речи (анафора, эпифора, градация, риторический вопрос и др.).
4. Стилиевые приемы, используемые при создании рекламного текста: прецедентный текст, цитация, контраст и др.
5. Стилиевые принципы создания рекламного текста: краткость, конкретность, точность, логичность, убедительность, простота и доходчивость, оригинальность, выразительность и др.
6. Стилистический прием повтора.

Тема 7. «Фонетика рекламного текста»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Звуковой образ рекламного текста. Фонетическая организация рекламного текста.
2. Проблема благозвучности. Звукопись. Использование при создании рекламного текста приема аллитерации.
3. Фонетические приемы, используемые в рекламном тексте (созвучие, рифма, ритм, графические выделения (слова-матрешки), омонимы, каламбуры и др.).
4. Фонетические приемы в слоганах

Тема 8. «Лексика рекламного текста»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Лексико-фразеологическая организация рекламного текста. Специфика использования различных частей речи.
2. Словарь копирайтера.
3. Обращение в рекламе к фразеологизмам.
4. Использование в рекламных текстах неологизмов, синонимов, антонимов.
5. Абстрактные и конкретные слова в рекламе.

Тема 9. «Синтаксис рекламного текста»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Номинативные предложения.
2. Модальность предложения в рекламе.
3. Вопросно-ответные конструкции.
4. Риторические обращения.
5. Восклицательные предложения.
6. Сегментированные конструкции.
7. Симметричная конструкция предложения.
8. Открытые конструкции.
9. Использование разговорного синтаксиса в рекламных текстах

Тема 10. «Реклама и языковая игра»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Игра как средство повышения эффективности рекламной коммуникации. Понятие нормы в рекламном тексте. Интертекстуальность рекламы. Слоган как самый интертекстуально насыщенный элемент рекламного текста.
3. Прецедентные тексты как источник интертекстуальности в рекламе. Связь прецедентных текстов с языковой игрой и пародированием в рекламе.
4. Прототексты в рекламном дискурсе: пословицы и поговорки, афоризмы и крылатые выражения, песни и классические музыкальные произведения, художественная литература, кино- и мультфильмы, фрагменты политического дискурса, произведения живописи, другие рекламные тексты и т.д.
5. Функции прецедентных текстов в рекламе. Типология прецедентных рекламных текстов.
6. Игровые модели рекламного обращения. Фонетическая игра в рекламе. Способы реализации графической игры в рекламном тексте. Морфологическая игра в рекламе.
7. Словообразовательная игра: окказиональные способы и приемы создания новых слов в рекламе и др.
8. Обыгрывание неоднозначности в рекламном тексте: намеренная и ненамеренная речевая неоднозначность, создание многозначности через омонимию (игра с антропонимами, топонимами, названиями и т.д.).

Тема 11. «Язык рекламы и речевая культура общества»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Функции языка рекламы: когнитивная, информационная, семиотическая, коммуникативная, аксиологическая, регулятивная (нормативная) и др.
2. Влияние языка рекламы на развитие русского языка. Реклама как потребитель и как источник выразительных ресурсов русского языка.
3. Отрицательное воздействие рекламы на речь: грамматические ошибки, нарушение норм; негативное воздействие на сознание, мировоззрение; ошибочная трактовка адресата и др.
4. Развитие и усложнение языка рекламы
5. Культура речи и этика в рекламных произведениях различных жанров.

Тема 12. «Литературное редактирование рекламного текста»

Форма рубежного контроля – опрос

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1

Вопросы/задания рубежного контроля:

1. Виды редактирования. Виды редакторского чтения.
2. Виды и операции правки.
3. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения.
4. Стилистические ошибки и способы их редактирования.
5. Коммуникативные ошибки.
6. Особенности редактирования модульного текста.
7. Типичные фонетические погрешности.
8. Ошибки в графической организации рекламного текста.

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам - программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств профессионального модуля разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель



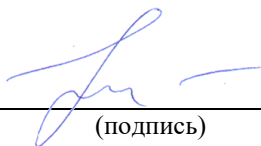
А.А. Вискунова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля обсужден и утвержден на заседании ПЦК

Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



Е.А. Суярова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

(подпись)

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	4
1.1. Результаты освоения дисциплины.....	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине (модулю).....	6
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	11
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	11
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	13

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебного модуля обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личного развития
ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК-10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК-11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Уметь составлять рекламные тексты	Знать приемы и принципы составления рекламного текста
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Уметь разрабатывать композиционное решение рекламного продукта	Знать композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации профессионального модуля Разработка и создание дизайна рекламной продукции являются:

ПМ.01 – экзамен по модулю (5 семестр), который проводится в устной и письменной форме.

Междисциплинарный курс Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.01 – зачет с оценкой (3 семестр), который проводится в устной и письменной форме; другие формы контроля (контрольные работы в 1, 2 и 4 семестрах), которые проводятся в письменной форме.

Междисциплинарный курс Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.01.02 – экзамен (3 семестр), который проводится в устной и письменной форме; другие формы контроля (контрольные работы во 2 и 4 семестрах), которые проводятся в письменной форме.

Учебная практика УП.01.01 – зачет с оценкой (2 семестр), который проводится в форме представления результатов обучения в рамках пройденной обучающимся практики (защита отчета).

Производственная практика ПП.01.01 – зачеты с оценкой (3, 4 и 5 семестры), которые проводятся в форме представления результатов обучения в рамках пройденной обучающимся практики (защита отчета).

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Экзамен по модулю

Коды контролируемых 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

Теоретический блок вопросов №1 - Художественное проектирование рекламного продукта:

1. Реклама и маркетинговые технологии. Проектирование бренда.
 2. Информационные технологии в рекламе.
 3. Производственные технологии в рекламе.
 4. Творческие технологии рекламы.
 5. Психолингвистические технологии в процессе разработки рекламного продукта
 6. Рекламное обращение: структура, цели, выбор формы.
 7. Виды рекламных обращений: информирующая, убеждающая, внушающая и напоминающая реклама
 8. Цели и задачи рекламных обращений в соответствии с задачами маркетинга.
- Диагностика рынка и выбор стратегии позиционирования марки.
9. Проблема определения целевой аудитории. Учет гендерных и возрастных аспектов при разработке рекламного продукта
 10. Коммерческая информация, ее интерпретация в рекламном обращении
 11. Рациональное и эмоциональное в рекламном обращении
 12. Творческая концепция. Концепция ROI (актуальность, оригинальность, воздействие)
 13. Рекламное обращение в контексте национальных культур.
 14. Художественная основа текста и технические средства его воплощения.
 15. Фрагментирование как технический прием.
 16. Монтаж как средство создания рекламного обращения.
 17. Законы композиции рекламного обращения – закон целостности, закон типизации, закон контрастов.

18. Композиционные формы рекламного обращения.
19. Принципы взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.
20. Технология исследования рекламного обращения.
21. Изобразительные средства рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и асимметрия, передача пространства и др.).
22. Приемы привлечения внимания к рекламе.
23. Особенности использования глаголов, утвердительных формулировок, опорных слов и выразительных частей речи в рекламе.
24. Семиотика рекламы. Семиотические знания и категории в рекламной деятельности.
25. Семантика рекламного обращения.
26. Семиотический анализ рекламного сообщения.
27. Рекламный текст: особенности, цели, задачи, композиция.
28. Виды и классификация заголовков.
29. Правила создания рекламного текста. Его убедительность, поэтика, аргументация.
30. Проблемы перевода рекламного текста.
31. Принципы создания текста для различных средств распространения рекламы и различных целевых аудиторий.
32. Понятие, функции и типологии рекламного слогана.
33. Использование приемов риторики и языковой игры в создании слогана. Критерии оценки слогана.

Теоретический блок вопросов №2 - Разработка творческой концепции рекламного продукта:

1. Понятия «реklamной идеи» и идеи бренда (торговой марки) – общее и различное.
2. Рекламная идея как инструмент развития «смысла бренда».
3. Цели и задачи оформления рекламной идеи.
4. Рекламная идея как основа рекламного обращения.
5. Понятие рекламного образа.
6. Приемы и креативные техники рекламы как основа для формирования рекламной идеи (УТП, антропоморфизм, отстройка от конкурентов, усиление, символичность, самоприсоединение к группе, качественное искажения и т.п.).
7. Экономия и сжатие пространства и времени как принципы рекламной драматургии.
8. Звуковое решение рекламного фильма.
9. Функции звука в рекламе (фоновая, символизирующая).
10. Слово и слоган в рекламе.
11. Игровые модели рекламного обращения.
12. Типы телевизионных рекламных обращений.
13. Рекламная телеинформация: рекламные фильмы, рекламные телепередачи.
14. Сюжетно-драматические и эмоционально-ассоциативные фильмы.
15. Соотношение изображения и текста в печатной рекламе

Практические (ситуационные) задания:

Задание 1. Звонки в рекламное агентство с двух телефонов: звонки одновременно входящий - потенциальный заказчик и исходящий - постоянный заказчик. Обучающемуся

необходимо выбрать приоритеты, определить критерии выбора приоритетов в задаче «потенциальный заказ против оплаченного заказа». Обсудить возможные способы выхода из критической ситуации с минимальными последствиями.

Задание 2. Связка клиент-менеджер - креативный отдел. Постановка технического задания на разработку рекламного продукта. Составить креативный бриф с учетом следующих пунктов: название продукта; формат, общая информация, цель проекта, целевая группа; главные достоинства продукта; потребительские предрассудки; суть сообщения; обязательные компоненты; конкуренты; временные рамки; бюджет и производство. Проанализировать вопросы о контроле за качеством и сроками выполнения заказа. Указать специфику ролей арт-директора и копирайтера в разработке креатива.

Задание 3. Проанализировать в телевизионном эфире выбранные рекламные обращения с точки зрения рекламных стратегий и эволюции рекламы во времени. Выделить основные стратегии. Рассмотреть отдельные примеры в стратегии. Описать их структурные и композиционные особенности. Объяснить, почему они используются. Объяснить, почему мало используются другие стратегии. Определиться в собственных приоритетах в концепции и структуре рекламного обращения.

Задание 4. Текстовая презентация самого себя по теме «почему я хочу работать в рекламе». Обсуждение основных идей, примененных в презентации.

Задание 5. Проанализировать рекламные обращения мировых брендов за последние 2 года. Ответить на вопрос, как рекламная идея обыгрывает идею бренда.

Задание 6. Внести изменения в предложенный комиссией рекламный текст с целью повысить его читаемость и убедительность.

Задание 7. Выбрать запомнившийся рекламный ролик и проанализировать каким образом формулировалось его творческое задание.

Задание 8. Подобрать примеры использования различных творческих приемов в вербальной и невербальной части рекламных продуктов.

Задание 10. Проанализировать «неудачные» рекламные обращения с точки зрения неправильного использования приемов построения.

Задание 11. Придумать продолжение серийной рекламы, а также сопровождающие её иллюстрации.

Задание 12. Подобрать примеры рекламных заголовков и слоганов разных типов. Дать им оценку. Предложить свои варианты эффективных слоганов и заголовков.

Задание 13. Придумать рекламный слоган, отражающий заданную комиссией концепцию позиционирования товара на рынке.

Задание 14. Адаптировать слоган, включающий неперебиваемую игру слов, для инокультурной аудитории.

Задание 15. Выбрать аудиторию и создать рекламный тест о своем учебном заведении, рассчитанном на: 1) абитуриентов дневного отделения; 2) их родителей; 3) абитуриентов заочного отделения; 4) потенциальных спонсоров 5) работодателей.

Раздел 1 МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Вопросы:

1. Реклама и маркетинговые технологии. Проектирование бренда.
2. Информационные технологии в рекламе.
3. Производственные технологии в рекламе.
4. Творческие технологии рекламы.
5. Психолингвистические технологии в процессе разработки рекламного продукта
6. Рекламное обращение: структура, цели, выбор формы.
7. Виды рекламных обращений: информирующая, убеждающая, внушающая и напоминающая реклама
8. Цели и задачи рекламных обращений в соответствии с задачами маркетинга. Диагностика рынка и выбор стратегии позиционирования марки.
9. Проблема определения целевой аудитории. Учет гендерных и возрастных аспектов при разработке рекламного продукта
10. Коммерческая информация, ее интерпретация в рекламном обращении
11. Рациональное и эмоциональное в рекламном обращении
12. Творческая концепция. Концепция ROI (актуальность, оригинальность, воздействие)
13. Рекламное обращение в контексте национальных культур.
14. Художественная основа текста и технические средства его воплощения.
15. Фрагментирование как технический прием.
16. Монтаж как средство создания рекламного обращения.
17. Законы композиции рекламного обращения – закон целостности, закон типизации, закон контрастов.
18. Композиционные формы рекламного обращения.
19. Принципы взаимодействия вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении.
20. Технология исследования рекламного обращения.
21. Изобразительные средства рекламы (формат, размер, рамки, кадрирование, симметрия и асимметрия, передача пространства и др.).
22. Приемы привлечения внимания к рекламе.
23. Особенности использования глаголов, утвердительных формулировок, опорных слов и выразительных частей речи в рекламе.
24. Семиотика рекламы. Семиотические знания и категории в рекламной деятельности.
25. Семантика рекламного обращения.
26. Семиотический анализ рекламного сообщения.
27. Рекламный текст: особенности, цели, задачи, композиция.
28. Виды и классификация заголовков.
29. Правила создания рекламного текста. Его убедительность, поэтика, аргументация.
30. Проблемы перевода рекламного текста.
31. Принципы создания текста для различных средств распространения рекламы и различных целевых аудиторий.
32. Понятие, функции и типологии рекламного слогана. Использование приемов риторики и языковой игры в создании слогана. Критерии оценки слогана.

Код контролируемой компетенции: 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

Раздел 2 МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Вопросы:

1. Понятия «рекламной идеи» и идеи бренда (торговой марки) – общее и различное.
2. Рекламная идея, как инструмент развития «смысла бренда».
3. Цели и задачи оформления рекламной идеи.
4. Рекламная идея как основа рекламного обращения.
5. Понятие рекламного образа.
6. Приемы и креативные техники рекламы как основа для формирования рекламной идеи (УТП, антропоморфизм, отстройка от конкурентов, усиление, символичность, самоприсоединение к группе, качественное искажения и т.п.).
7. Экономия и сжатие пространства и времени как принципы рекламной драматургии.
8. Звуковое решение рекламного фильма.
9. Функции звука в рекламе (фоновая, символизирующая).
10. Слово и слоган в рекламе.
11. Игровые модели рекламного обращения.
12. Типы телевизионных рекламных обращений.
13. Рекламная телеинформация: рекламные фильмы, рекламные телепередачи.
14. Сюжетно-драматические и эмоционально-ассоциативные фильмы.
15. Соотношение изображения и текста в печатной рекламе.

Код контролируемой компетенции: 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

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы профессионального модуля формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся профессионального модуля в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал,
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств профессионального модуля разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель

А.А. Вискунова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля обсужден и утвержден на заседании ПЦК Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК

Е.А. Суярова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»

С.А. Королёв

(подпись)

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»

С.А. Жданов

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	4
1.1. Результаты освоения дисциплины	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине (модулю).....	7
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	18
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	18
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	18
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	20

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов	Уметь брать на себя ответственность за работу членов	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	команды (подчиненных), результат выполнения заданий	команды, результат выполнения заданий	
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей	Уметь осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги	Знать методы психологического воздействия на потребителя
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Уметь использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Уметь выбирать методы проектирования рекламного продукта	Знать методы проектирования рекламного продукта
ПК 1.4	Составлять и	Уметь составлять	Знать приемы и принципы

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	оформлять тексты рекламных объявлений	рекламные тексты	составления рекламного текста
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Уметь разрабатывать композиционное решение рекламного продукта	Знать композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта	Знать технику, технологию и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологию и технические средства видеосъемки в рекламе
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Уметь использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы	Знать технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Уметь 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

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации профессионального модуля Производство рекламной продукции являются:

ПМ.02 – экзамен по модулю (6 семестр), который проводится в *устной* форме

Междисциплинарный курс Выполнение рекламных проектов в материале МДК.02.01 – зачет с оценкой (6 семестр), другая форма контроля (контрольная работа в 5 семестре), которые проводятся в *устной* форме

Междисциплинарный курс Проектная компьютерная графика и мультимедиа МДК.02.02 – зачет с оценкой (6 семестр), другие формы контроля (контрольная работа в 5 семестре), которые проводятся в *устной* форме, курсовая работа (6 семестр), в форме защиты курсовой работы

Междисциплинарный курс Техника и технологии рекламной фотографии МДК.02.03 – экзамен (5 семестр), другие формы контроля (контрольные работы в 4 и 6 семестрах), которые проводятся в *устной* форме

Междисциплинарный курс Техника и технологии рекламного видео МДК.02.04 – экзамен (6 семестр), другие формы контроля (контрольные работы в 4 и 6 семестрах), которые проводятся в *устной* форме

Междисциплинарный курс Рекламный копирайтинг МДК.02.05 – другие формы контроля (контрольная работа в 6 семестре)

Междисциплинарный курс Организация и медийное сопровождение событий МДК.02.06 – другие формы контроля (контрольная работа в 4 семестре), которая проводится в *устной* форме

Междисциплинарный курс Современные технологии социальной рекламы и пиар МДК.02.07 – другие формы контроля (контрольная работа в 5 семестре), которая проводится в *устной* форме

Производственная практика ПП.02.01 – зачеты с оценкой (4, 5 и 6 семестры), которые проводятся в форме представления результатов обучения в рамках пройденной обучающимся практики (защита отчета).

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемых компетенций: ОК 1–ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5, ПК 2.1 – 2.3

Экзамен по модулю

Теоретический блок вопросов №1 – Выполнение рекламных проектов в материале. Компьютерная графика и мультимедиа. Рекламная фотография и видеосъёмка.

1. Рекламный проект: понятие виды, сферы применения. Этапы рекламного проектирования.

2. Виды проектных материалов. Особенности их применения в проектной рекламной деятельности.

3. Художественное конструирование. Эстетика и технологичность конструирования

4. Методика проектирования предмета. Эскизное проектирование.

5. Объект - как основа формообразования. Основные методы формообразования.

6. Средства мультимедиа технологии. Области применения. Основные типы мультимедиа продуктов

7. Специфика использования текста в мультимедиа продуктах. Шрифты и их разделение по графической основе

8. Анимация и её виды. ПО для создания анимации. Анимация для Web

9. Трёхмерная графика и технология 3D моделирования. Преобразования в трёхмерном пространстве. ПО для построения и визуализации 3D модели.

10. Специфика использования звука в мультимедиа продуктах. Методы кодирования, фильтрации и синтеза звука. ПО для обработки звука.

11. Рекламная фотография как вид искусства. Место рекламной фотографии в видовой классификации коммерческой фотографии. Виды рекламной фотографии

12. Основы фотокomпозиции: перспектива, план, цвет, свет, фон, объект.

13. Рекламное видео: понятие, история явления. Виды и жанры рекламного видео

14. Этапы и компоненты оформления рекламного видеоматериала

15. Основы сценографии видеоролика: от текста (концепции) к съёмке.

Теоретический блок вопросов №2 – Организация и медийное сопровождение событий. Социальная реклама и пиар. Рекламный копирайтинг.

1. Мега-события, их виды. Модели медиа-сопровождения мега-событий.
2. Элементы стратегического планирования мега-события: миссия, философия, видение, цели и задачи.
3. Концепция проекта, стратегия проекта, план проекта мега-события: понятия, практики и документы.
4. Экономика мега-событий: затраты, источники финансирования и дополнительных ресурсов.
5. Специфические функции рекламы и связей с общественностью, он-лайн и офф-лайн коммуникаций в сфере мега-событий. Каналы распространения сообщений
6. Основные методы и инструменты фандрайзинга социокультурного мега-события.
7. Тайм-менеджмент. Риск-менеджмент при организации мега-события.
8. Управление человеческими ресурсами при организации мега-события. Волонтерский менеджмент при проведении крупных событий.
9. Репутационный менеджмент и его инструменты.
10. Социальная реклама: определения, сущность, историческая ретроспектива развития. Место и роль социальной рекламы в системе связей с общественностью в социальной сфере
11. Специфика социальной рекламы в коммерческой сфере. Спонсорство и благотворительность.
12. PR-деятельность, её место в организационной структуре управления предприятием (организацией) и способы реализации.
13. Понятие копирайтинга в широком и узком смыслах. Роль, место и обязанности копирайтера в системе рекламного агентства и других рекламных структурах.
14. Понятие речевого воздействия. Предпосылки речевого воздействия (психологические, социальные, когнитивные, лингвистические и другие). Речевое воздействие и манипулирование в рекламе – этико-правовой аспект.
15. Понятие оптимизации текста. Поисковая оптимизация текста. Оптимизация рекламного текста.

Практические задания:

Задание 1. Выполнение горизонтальных плоскостных композиций из линейных элементов

Задание 2. Выполнение вертикальных плоскостных композиций из линейных элементов

Задание 2. Выполнение отдельных элементов эталонных образцов объектов в макете

Задание 3. Выполнение пластических приемов разработки поверхности

Задание 5. Выполнение чертежа дизайн-продукта в цвете

Задание 6. Разработка концепции рекламного продукта на основе портретной фотографии

Задание 7. Разработка концепции рекламного продукта на основе натюрморта

Задание 8. Разработка концепции рекламного продукта на основе интерьерной фотографии

Задание 9. Разработка концепции рекламного продукта на основе пейзажной фотографии

Задание 10. Разработка концепции рекламного продукта на основе жанровой фотографии

Задание 11. Анализ звукового оформления видеоролика

Задание 12. Анализ графического оформления видеоролика

Задание 13. Разработка концепции обработки звука и звукового образа рекламного видео

Задание 14. Разработка концепции графического оформления рекламного видео: титры, виды надписей, шрифты

Задание 15. Разработка текста для титров рекламного видеоролика

Раздел 1 МДК. 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

Код контролируемой компетенции: ОК 1–ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3

Вопросы:

1. Рекламный проект: понятие виды, сферы применения.
2. Виды проектных материалов. Особенности применения в проектной рекламной деятельности.
3. Ассортимент, свойства, методы испытаний и оценки качества материалов, применяемых в макете
4. Этапы рекламного проектирования.
5. Роль макетирования в художественно-конструкторской деятельности.
6. Пространственная среда предмета
7. Эстетика и технологичность конструирования
8. Художественное конструирование
9. Методика проектирования предмета
10. Эскизное проектирование.
11. Виды и особенности макетов
12. Общие правила технологического формообразования
13. Понятие технологичности
14. Объект - как основа формообразования. Основные методы формообразования
15. Систематизирующие методы формообразования
16. Выполнение отдельных элементов эталонных образцов объектов в макете
18. Выполнение вертикальных плоскостных композиций из линейных элементов
19. Выполнение горизонтальных плоскостных композиций из линейных элементов.
20. Выполнение пластических приемов разработки поверхности
21. Разработка поверхностей с применением ордера
22. Выполнение отдельных элементов ландшафтных форм и комплексов из макетной бумаги

Раздел 2 МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

Код контролируемой компетенции: ОК 1–ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3

Вопросы:

1. История развития мультимедиа.

2. Средства мультимедиа технологии. Области применения.
3. Классы систем мультимедиа.
5. Основные типы мультимедиа продуктов.
6. Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока.
7. Понятие сцены. Способы презентации мультимедиа продуктов.
8. Специфика использования текста в мультимедиа продуктах.
9. Гипертекст
10. Шрифты и их разделение по графической основе.
11. Основные форматы текстовых файлов.
12. Растровые, векторные и фрактальные изображения.
13. Основные понятия растровой и векторной графики. Достоинства и недостатки разных способов представления изображений.
14. Параметры растровых изображений. Разрешение. Глубина цвета. Тоновый диапазон.
15. Классификация современного программного обеспечения обработки графики.
16. Физиологический аспект зрительного восприятия движения. Виды анимации.
17. Анимация по ключевым кадрам, запись движения, процедурная анимация, программируемая анимация.
18. ПО для создания анимации
19. Анимация для Web
20. DHTML и объектная модель Web-Документа.
21. Работа с анимацией посредством каскадных таблиц стилей (CSS)
22. Возможности JavaScript для создания анимации на Web-страницы. Работа со слоями. Обработка событий.
23. Action-Script - язык работы с приложениями Flash.
24. Трёхмерная графика и технология 3D моделирования.
25. Преобразования в трёхмерном пространстве.
26. Получение реалистических 3D изображений. Алгоритмы удаление скрытых линий и поверхностей.
27. Рендеринг. Расчет освещения. Наложение текстур. Тени и полупрозрачные объекты.
28. ПО для построения и визуализации 3D модели. VRML - язык моделирования виртуальной реальности.
29. Трёхмерные и стереоскопические дисплеи.
30. Типы видеосигналов.
31. Характеристики видеосигнала. Количество кадров в секунду. Чересстрочная развёртка. Разрешение. Соотношение сторон экрана. Количество цветов и цветовое разрешение. Битрейт или ширина видеопотока (для цифрового видео). Качество видео. Стереоскопическое видео
32. Форматы видеофайлов (AVI, MOV, MKW, SWF, MPG, 3GP). Методы сжатия видеoinформации. Форматы цифрового кодирования и сжатия: M-JPEG, MPEG-1, MPEG-2, H.264, DivX, XviD
33. ПО для нелинейного видеомонтажа.
34. Специфика использования звука в мультимедиа продуктах.
35. Методы кодирования звука. Частотная модуляция. Дискретизация.

36. Цифровая фильтрация звуковых сигналов.
37. Форматы звуковых файлов (MP3).
38. Методы синтеза звука. MIDI.
39. ПО для обработки звука.
40. Классификация носителей информации.
41. Обзор существующих носителей мультимедиа данных: CD, DVD, Blu-ray
42. ПО для формирования и записи мультимедиа данных на носители информации
43. Последовательность разработки продукта.
44. Основные приемы и инструменты, используемые в мультимедиа-продуктах.
45. Стандарты мультимедиа PC. Видеоплата. Звуковая плата. Акустические системы. Шина AGP. Шины USB и FireWire. CD-ROM, CD-R и CD-RW. DVD-ROM. Устройства управления и указания. Цифровые фотоаппараты. Цифровое видео. Цифровое телевидение. Web-камера. Средства виртуальной реальности. MIDI-клавиатуры. Портативные устройства мультимедиа.
46. Интерфейсы для подключения мультимедиа-устройств, MIDI.
47. Графические ускорители и видеоплаты.
48. Звуковая плата. Акустические системы.
49. Шина AGP. Шины USB и FireWire.
50. Устройства управления и указания.
51. Цифровые фотоаппараты. Цифровое видео. Web-камера.
52. Цифровое телевидение.
53. Средства виртуальной реальности.
54. Портативные устройства мультимедиа. MIDI-клавиатуры

Темы курсовых работ:

1. Особенности оформления журнальной печатной рекламы для воздействия на эмоциональное восприятие потребителя.
2. Древние корни народного искусства, использование в рекламе.
3. Использование компьютерной графики при проектировании дизайна выставочной рекламы.
4. Коллаж в рекламе. Реализация на примере рекламного флаера.
5. Особенности применения компьютерной графики при разработке дизайна интерьерной вывески как вида рекламы в местах продаж.
6. Применение компьютерной графики при разработке календаря как вида полиграфической продукции.
7. Особенности разработки дизайна каталога как вида полиграфической продукции.
8. Компьютерная графика в разработке дизайна выставочного раздаточного материала, особенности создания.
9. Особенности оформления социальной печатной рекламы.
10. Особенности применения компьютерной графики при разработке дизайна листовки как вида полиграфической рекламы.
11. Разработка дизайна рекламного плаката как вида рекламной полиграфии.
12. Разработка дизайна рекламного буклета, как вида полиграфической рекламы.
13. Разработка дизайна рекламного баннера как основного носителя рекламы в Интернет.
14. Особенности дизайна каталога как вида рекламной полиграфии.
15. Использование компьютерной графики при проектировании рекламной афиши музыкального мероприятия.

16. Модульный дизайн в подготовке журнальной продукции.
17. Использование компьютерной графики при проектировании обложки музыкального диска.
18. Инфографика в информационном плакате.
19. Разработка логотипа с применением леттеринга.
20. Использование компьютерной графики при разработке носителей фирменного стиля для сети кофеен.
21. Леттеринг в дизайне макета афиши спектакля.

Раздел 3 МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии

Код контролируемой компетенции: ОК 1–ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3

Вопросы:

1. Рекламная фотография: понятие, история развития и ведущие фотографы рекламной фотоиндустрии зарубежом (персоналии по выбору обучающегося).
2. Рекламная фотография как вид искусства.
3. Место рекламной фотографии в видовой классификации коммерческой фотографии. Основные отличия от других видов коммерческой фотографии: репортажной, свадебной, стоковой фотосъемки мероприятий, портретной съемки.
4. Основы фотокомпозиции: перспектива, план, цвет, свет, фон, объект.
5. Видовая характеристика рекламной фотографии: предметная фотосъемка, интерьерная фотосъемка, макросъемка.
6. Жанровая характеристика рекламной фотографии: каталожная фотография, имиджевая фотография, предметная фотография, интерьерная фотография, деловой портрет, политический портрет, жанровый портрет, портретная фотография одежды, ювелирных изделий и аксессуаров.
7. Рекламная каталожная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.
8. Рекламная имиджевая фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.
9. Рекламная предметная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.
10. Рекламная интерьерная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.
11. Деловой портрет как жанр рекламной фотографии: понятие, виды (постановочный, репортажный), история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.
12. Политический портрет как жанр рекламной фотографии: понятие, виды (постановочный, репортажный), история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.
13. Жанровый портрет как жанр рекламной фотографии: понятие, виды (спортивный, исторический, юмористический, пародийный и т.д.), история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.
14. Портретная фотография одежды, ювелирных изделий и аксессуаров: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

15. Фэшн-фотография как рекламная фотография: понятие, история развития, особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

16. Натюрморт как основа рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

17. Пейзаж как основа рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

18. Экстремальная фотосъемка как основа рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

19. Фотосъемка архитектуры как поджанр интерьерной рекламной фотографии: особенности планирования и организации фотосъемки, производства рекламного продукта.

Практические задания:

1. Разработка концепции рекламного продукта на основе жанрового портрета (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

2. Разработка концепции рекламного продукта на основе портретной фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

3. Разработка концепции рекламного продукта на основе натюрморта (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

4. Разработка концепции рекламного продукта на основе интерьерной фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

5. Разработка концепции рекламного продукта на основе пейзажной фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

6. Разработка концепции рекламного продукта на основе жанровой символической фотографии (авторская работа обучающегося): ЦА, название и легенда товара, средства индивидуализации и элементы фирменного стиля, контактная информация.

Раздел 4 МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео

Код контролируемой компетенции: ОК 1–ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3

Вопросы:

1. Графическое оформление рекламного видео материалы: этапы и компоненты.

2. Основы сценографии видеоролика: от текста (концепции) к съёмке.

3. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": титры, графика, фон для титров.

4. Музыка и музыкальные эффекты, шумы в оформлении рекламного видео.

5. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": виды надписей, шрифты.

6. Виды оборудования для звукозаписи.

7. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": формы графики, спецэффекты.

8. Звуковые дорожки как компоненты рекламного видео.
9. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": обработка кадра, изображения, пространства.
10. Синтетический звук в рекламном видео: причины и принципы применения.
11. Рекламное видео: понятие определения, история явления.
12. Виды рекламного видео.
13. Жанры рекламного видео.
14. Функционал и принципы работы режиссер рекламного видео.
15. Функционал и принципы работы звукорежиссёра рекламного видео.
16. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": инструменты и методы их выбора.
17. Звуковой баланс рекламного видео.
18. Компоненты оформления видеоматериала "невидимым художником": электронные эффекты, временные эффекты.
19. Монтажный цех, студия озвучивания.

Практические задания:

1. Проанализировать звуковое оформление видеоролика: звуковой баланс, типы записей, обработка звука, качество звука, звуковой образ (рекламное видео по выбору студента).
2. Подготовить текст для титров рекламного видеоролика (рекламное видео по выбору студента).
3. Разработать новую концепцию обработки звука и звукового образа рекламного видео (видеоматериал по выбору студента).
4. Разработать новую концепцию графического оформления рекламного видео: титры, виды надписей, шрифты
5. Естественное появление искусственных элементов в рекламном видео: проанализировать видеоматериал (по выбору студента).
6. Разработать новую концепцию применения временных эффектов для рекламного видео (материал по выбору студента).
7. Разработать новую концепцию применения спецэффектов для рекламного видео (материал по выбору студента).
8. Подготовить интервью для рекламного видео (материал по выбору студента).

Раздел 5 МДК 02.05 Рекламный копирайтинг

Код контролируемой компетенции: ОК 1–ОК 11, ПК 1.1

Вопросы:

1. Понятие копирайтинга в широком и узком смыслах.
2. Роль, место и обязанности копирайтера в системе рекламного агентства и других рекламных структурах.
3. Особенности взаимодействия копирайтера с другими специалистами по рекламе и представителями рекламодателя: этико-правовой аспект и проблема делового общения.
4. Требования к уровню подготовки копирайтера.
5. Широкое и узкое понимание речевого воздействия. Проблема соотношения понятий – «воздействие», «влияние», «управление», «манипулирование».

6. Предпосылки речевого воздействия (психологические, социальные, когнитивные, лингвистические и другие).
7. Фонетический и грамматический потенциал языка при речевом воздействии.
8. Речевое воздействие и манипулирование в рекламе – этико-правовой аспект.
9. Понятие, стили и типологии аргументации. Аргументации и успешность рекламного сообщения.
10. Понятие оптимизации текста. Поисковая оптимизация текста. Оптимизация рекламного текста
11. Поисковая оптимизация как инструмент продвижения товара, услуги. Работа с платформами ЯндексДирект и Google
12. Торговая карточка товара/услуги как объект поисковой оптимизации. Оптимизация рекламного текста для аккаунтов/блогов/влогов в социальных сетях.

Раздел 6 МДК 02.06 Организация и медийное сопровождение событий

Код контролируемой компетенции: ОК 1–ОК 11, ПК 1.1, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3

Вопросы:

1. Роль мега события в регенерации городов 1980-1990-ые гг.
2. Международные мероприятия, форумы, фестивали как факторы социально-экономической региона.
3. Мега события Олимпийского движения
4. Олимпийские игры: социокультурный и экономический капитал населения
5. Мега событие как элемент неолиберальной культурной политики 2000-2016 гг.
6. Принципы политического взаимодействия при организации мега событий.
7. Международные кинофестивали, премии и музыкальные фестивали как элементы территориального брендинга.
8. Цели и задачи мега событий в контексте регенерации территорий и индустрий.
9. Процесс организации мега событий в условиях «общественного менеджмента» и «неолиберализма»: акторы, принципы взаимодействия, условия коммуникации, процесс принятия решения.
10. Дизайн мега события: от концепции до впечатлений участников.
11. Российская и британская модели медиа-сопровождения мега событий
12. Маркетинг мега-мероприятия. Привлечение участников и партнеров, спонсоров think-tanks, со-организаторов
13. Принципы европейского и отечественного менеджмента мега события.
14. 3 модели интегрированных маркетинговых коммуникаций Д. Пиктона и А. Бродерик, их роль в событийном менеджменте культурных агентств.
15. Формы обращения к донорам, партнерам, инвесторам и другим стейкхолдерам.
16. Основные методы и инструменты фандрайзинга социокультурного мега события.
17. Элементы стратегического планирования мега ивента: миссия, философия, видение, цели и задачи.
18. От потребностей жителей местности к задачам мега события: определение целевой аудитории и ее характеристик.
19. Экономика мега-ивентов: затраты, источники финансирования и дополнительных ресурсов.

20. Бизнес-планирование: основные компоненты, значение анализа рынка участников, презентаторов и посетителей мероприятий.
21. Концепция проекта, стратегия проекта, план проекта мега события: понятия, практики и документы.
22. Специфические функции рекламы и связей с общественностью, он-лайн и офф-лайн коммуникаций в сфере мега-ивентов.
27. Каналы распространения сообщений при организации и проведении мега-ивентов.
28. Риски конгрессно-выставочной и ивент-отрасли.
29. Технологии фандрайзинга: соло-фандрайзинг, каудфандинг, краудсорсинг, и др.
30. Тайм-менеджмент. Риск-менеджмент. Управление человеческими ресурсами.
31. Волонтерский менеджмент при проведении крупных событий.
32. Основные проблемы репутационного менеджмента в информационном обществе.
33. Репутация и паблисити.
34. Репутация и корпоративная индивидуальность (идентичность).
35. Инструментарий имиджологии в репутационном менеджменте.
36. Пирамида репутации Гр. Даулинга.
37. Стоимостные (экономические) методы оценки репутации.
38. Методики репутационного аудита.
39. Исследования групп корпоративных аудиторий в рамках репутационного менеджмента.
40. Рейтинги корпоративной репутации.
41. Методы формирования репутации.
42. Определение репутационной стратегии.
43. Особенности управления репутацией первого лица.
44. Инструменты репутационного менеджмента.
45. Программы корпоративной социальной ответственности в репутационном менеджменте.
46. Понятие корпоративного гражданства. Спонсорство, филантропия и благотворительность.
47. Традиции корпоративной благотворительности в мире и в России. Социальные программы известных компаний.
48. Основные международные стандарты социальной отчетности. Каналы информирования о социальных программах.
49. Методика анализа имиджа и репутации территории.
50. Инструменты формирования имиджа и репутации территории.

Раздел 7 МДК 02.07 Современные технологии социальной рекламы и пиар

Код контролируемой компетенции: ОК 1–ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5

Вопросы:

1. Социальная реклама: определения, сущность, историческая ретроспектива развития
2. Отличие социальной, общественной, коммерческой, некоммерческой рекламы
3. Место и роль социальной рекламы в системе связей с общественностью в

социальной сфере

4. Социальные рекламные кампании в современной России и мире и анализ их эффективности.

5. Корпоративная социальная ответственность и ее значение для развития и совершенствования социальной сферы.

6. Модели взаимодействия бизнеса, органов власти местного самоуправления в социальной сфере и их эффективность.

7. Социальное партнерство и его актуальность в решении проблем социальной сферы.

8. Социальные технологии как инструмент достижения взаимопонимания и гармоничных отношений с социальной общественностью

9. Взаимопонимание между коммерческой организацией и общественностью.

10. Стратегическая направленность PR-деятельности.

11. Место PR в организационной структуре управления.

12. Место социальной рекламы в коммерческой сфере.

13. Тематика социальной рекламы в коммерческой сфере.

14. Специфика социальной рекламы в коммерческой сфере.

15. Спонсорство: определение, основные характеристики.

16. Цели и формы спонсорства.

17. Спонсоринг.

18. Благотворительность: определение, специфика, общие и частные цели и принципы.

19. Спонсорство и благотворительность: общее и отличное.

20. Основные сферы благотворительности и спонсорства.

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические</i>	20
<i>итоговое практическое</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся профессионального модуля в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств профессионального модуля разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель

А.А. Вискунова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля обсужден и утвержден на заседании ПЦК

Протокол №10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК

Е.А. Суярова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

(подпись)

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	4
1.1. Результаты освоения дисциплины.....	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	5
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине (модулю).....	6
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	13
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	13
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	13
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	15

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	развития и самообразования	самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Уметь проводить исследование предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка.	Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	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.

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации профессионального модуля Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта являются:

ПМ.03 – экзамен по модулю (5 семестр), который проводится в устной и письменной форме.

Междисциплинарный курс Маркетинг в рекламе МДК.03.01 – зачет с оценкой (3 семестр), экзамен (2 семестр), которые проводятся в устной и письменной форме.

Междисциплинарный курс Правовое обеспечение рекламной деятельности МДК.03.02 – зачет с оценкой (1 семестр), который проводится в устной и письменной форме.

Междисциплинарный курс Методика и методология исследований в сфере коммуникаций МДК.03.03 – другие формы контроля (контрольная работа в 4 семестре), которая проводится в письменной форме.

Междисциплинарный курс Продвижение продуктов и идей в сети интернет МДК.03.04 – другие формы контроля (контрольная работа в 5 семестре), которая проводится в письменной форме.

Учебная практика УП.03.01 – зачет с оценкой (2 семестр), который проводится в форме представления результатов обучения в рамках пройденной обучающимся практики (защита отчета).

Производственная практика ПП.03.01 – зачеты с оценкой (4 и 5 семестры), которые проводятся в форме представления результатов обучения в рамках пройденной обучающимся практики (защита отчета).

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Экзамен по модулю

Коды контролируемых компетенций: ОК 1 – ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2

Теоретический блок вопросов №1 – Маркетинг в рекламе.

1. Место маркетинга в рекламе. Понятие маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные принципы и функции маркетинга.
2. Основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий – разработка товаров и услуг, ценообразование, формирование каналов сбыта, стимулирование сбыта.
3. Характеристика рекламного рынка. Классификация рынка. Субъекты рекламного рынка.
4. Маркетинговые исследования: понятие, цели, процедура проведения. Специфика маркетинговых исследований в рекламе
5. Методы маркетинговых исследований потребительского рынка. Изучение аудитории различных средств распространения информации. Фокус-группы.
6. Сегментирование рынка и выявление целевых групп потребителей.
7. Рекламный продукт: понятие, и требования, предъявляемые рынком к нему. Особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной кампании и средств распространения рекламы.
8. Рекламные услуги: понятие, классификация, основные формы реализации.
9. Общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги. Факторы, влияющие на формирование цен в сфере рекламы.
10. Маркетинговые коммуникации: понятие, их место в системе маркетинга. Основные виды маркетинговых коммуникаций и их использование в рекламной деятельности.
11. Средства распространения рекламной информации и специфика применения отдельных элементов маркетинговых коммуникаций в рекламной деятельности: стимулирования спроса, личных продаж, паблик рилейшнз, ярмарок и выставок.
12. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки.
13. Планирование рекламной кампании: понятие, цели, необходимость при осуществлении рекламной деятельности. Разработка стратегии рекламной кампании.
14. Планирование бюджета рекламной кампании
15. Контроль за реализацией комплекса маркетинговых мероприятий в рекламе. Понятие эффективности в рекламе и методы её оценки.

Теоретический блок вопросов №2 – Правовое продвижение рекламного продукта.

1. Законодательство РФ о рекламе. Общие требования к рекламе. Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама
2. Реклама в периодических печатных изданиях. Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах.
3. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи. Реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании.
4. Реклама на транспортных средствах и с их использованием
5. Наружная реклама. Установка рекламных конструкций
6. Реклама алкогольной продукции
7. Реклама лекарственных средств. Реклама медицинских изделий, медицинских

услуг, методов профилактики, диагностики и лечения

8. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания

9. Реклама продукции военного назначения и оружия

10. Реклама основанных на риске игр, пари

11. Реклама финансовых услуг. Реклама ценных бумаг

12. Защита несовершеннолетних в рекламе. Товары, реклама которых не допускается.

13. Срок действия рекламы

14. Саморегулируемые организации в сфере рекламы. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы

15. Организация и проведение проверок в сфере рекламы. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

Теоретический блок вопросов №3 – Методология и методика исследований в сфере коммуникаций. Продвижение продуктов и идей в сети Интернет.

1. Рекламная деятельность как предмет научного исследования. Научные подходы к исследованию рекламной деятельности. Социологические, социально-психологические, психологические, психолингвистические и иные направления исследования рекламы.

2. Теоретические и эмпирические методы исследования в рекламе и связях с общественностью.

3. Понятие и виды опроса, область применения, преимущества и ограничения. Композиция анкеты, типичные ошибки при опросах.

4. Специфика метода наблюдения в PR и рекламе. Достоинства и недостатки метода.

5. Основные принципы и виды пилотажного исследования. Методики проведения. Оценка результатов пилотажа.

6. Основные принципы фокусированного группового интервью, область применения метода фокус-групп. Организация фокус-групп. Приемы нейтрализации деструктивных типов респондентов.

7. Метод контент-анализа. Основные этапы подготовки и проведения контент-анализа. Уровни анализа и единицы анализа. Требования к выборкам текстов и счетных единиц.

8. Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности. Вирусный маркетинг

9. Средства Интернет коммуникации. Социальные сети. Порталы и блоги/влоги

10. Аудитория Интернета. Основные принципы работы с интернет- аудиторией

11. Стратегия и планирование в Интернет-маркетинге. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет

12. Продвижение продукта/идей в сети Интернет. Создание рекламной кампании в сети Интернет

13. Контекстная реклама: суть понятия, нормативно-правовая база, видовая классификация

14. Поисковое продвижение сайта (SEO). Поисковая оптимизация. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества

15. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет-маркетинга. Понятие эффективности мероприятий Интернет-маркетинга.

Раздел 1 «МДК. 03.01 Маркетинг в рекламе»

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2

Вопросы/задания:

1. Место маркетинга в рекламе. Понятие маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные принципы маркетинга.
2. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная.
3. Рекламная деятельность: понятие, цели и задачи, основные направления.
4. Взаимосвязь маркетинга и рекламы. Особенности использования маркетинга в рекламной деятельности.
5. Рынок. Классификация рынка. Субъекты рекламного рынка.
6. Характеристика рекламного рынка. Развитие рекламного бизнеса в России.
7. Маркетинговые исследования: понятие, цели, процедура проведения.
8. Специфика маркетинговых исследований в рекламе.
9. Основные направления маркетинговых исследований, необходимых для успешной рекламы.
10. Методы маркетинговых исследований потребительского рынка. Анализ деятельности субъектов рекламного рынка.
11. Изучение аудитории различных средств распространения информации. Фокус-группы.
12. Мониторинг рекламной информации в основных средствах распространения рекламы.
13. Ведущие международные и российские исследовательские фирмы в области рекламы
14. Сегментирование рынка и выявление целевых групп потребителей. Понятие сегментирования рынка, цели, используемые критерии.
15. Выявление целевой аудитории. Классификация целевой аудитории. Значение удачного выбора целевой аудитории для успешного проведения рекламной кампании.
16. Проблема достоверности и доступности информации о целевых аудиториях, специфика их получения. Достижение целевой аудитории: понятие и способы
17. Основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий – разработка товаров и услуг, ценообразование, формирование каналов сбыта, стимулирование сбыта. Специфика комплекса маркетинга для рекламы.
18. Рекламные услуги: понятие, классификация, основные формы реализации.
19. Рекламный продукт: понятие, и требования, предъявляемые рынком к нему.
20. Особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной кампании и средств распространения рекламы.
21. Проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта.
22. Порядок взаимоотношений между рекламодателями и производителями рекламы.
23. Общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги. Факторы, влияющие на формирование цен в сфере рекламы.
24. Основные тенденции в динамике цен на отечественном рекламном рынке. Расценки на услуги рекламных агентств. Стоимость исследовательских работ.
25. Ценообразование в области производства рекламы в зависимости от средств распространения. Скидки и наценки к тарифам при размещении рекламы.
26. Маркетинговые коммуникации: понятие, их место в системе маркетинга. Основные виды маркетинговых коммуникаций и их использование в рекламной деятельности. Маркетинговые коммуникации, используемые рекламными агентствами.
27. Средства распространения рекламной информации и специфика применения отдельных элементов маркетинговых коммуникаций в рекламной деятельности:

стимулирования спроса, личных продаж, паблик рилейшнз, ярмарок и выставок.

28. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки.

29. Планирование рекламной кампании: понятие, цели, необходимость при осуществлении рекламной деятельности. Разработка стратегии рекламной кампании.

30. Разработка планов маркетинга и рекламы. Планирование рекламного бюджета.

31. Медиапланирование: понятие, виды, порядок организации и проведение работ по реализации

32. Контроль за реализацией комплекса маркетинговых мероприятий в рекламе. Основные источники информации для проведения контроля.

33. Понятие эффективности в рекламе.

Раздел 2- «МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности»

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2

Вопросы/задания:

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»: цели, сфера применения, основные понятия, используемые ФЗ «О рекламе»

2. Законодательство РФ о рекламе. Общие требования к рекламе. Недостоверная реклама. Недобросовестная реклама

3. Защита несовершеннолетних в рекламе. Товары, реклама которых не допускается.

4. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий

5. Социальная реклама

6. Срок действия рекламы

7. Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах

8. Реклама в периодических печатных изданиях

9. Реклама, распространяемая при кино- и видеообслуживании

10. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи

11. Реклама на транспортных средствах и с их использованием

12. Наружная реклама. Установка рекламных конструкций

13. Реклама алкогольной продукции

14. Реклама лекарственных средств. Реклама медицинских изделий, медицинских услуг, методов профилактики, диагностики и лечения

15. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания

16. Реклама продукции военного назначения и оружия

17. Реклама основанных на риске игр, пари

18. Реклама финансовых услуг. Реклама ценных бумаг

19. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением

20. Саморегулируемые организации в сфере рекламы. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы

21. Организация и проведение проверок в сфере рекламы.

22. Решения и предписания антимонопольного органа по результатам рассмотрения дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

23. Оспаривание решений и предписаний антимонопольного органа.

24. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о

рекламе.

Раздел 3 - «МДК 03.03 Методика и методология исследований в сфере коммуникаций»

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2

Вопросы/задания:

1. Понятие научного исследования. Функции методологии как системы принципов научного исследования.
2. Уровни методологии PR и рекламы.
3. Общенаучные принципы исследования в связях с общественностью: принцип объективности, принцип единства логического и исторического, принцип сущностного анализа.
4. Цели, задачи, назначение научного исследования PR и рекламы.
5. Объектная и предметная области исследования в связях с общественностью и рекламы.
6. Рекламная деятельность как предмет научного исследования.
7. Научные подходы исследования рекламной деятельности.
8. Информационно-коммуникационный подход в изучении рекламы.
9. Методология исследования публичных рилейшнз.
10. Основные направления исследований в связях с общественностью.
11. Теоретические методы исследования PR и рекламной деятельности.
12. Эмпирические методы исследования в рекламе и связях с общественностью.
13. Эксперимент и его основные процедуры: измерение, сравнение, наблюдение, описание.
14. Социологические, социально-психологические, психологические, психолингвистические и иные направления исследования рекламы.
15. Метод опроса в изучении рекламы и связей с общественностью.
16. Метод экспертного опроса: назначение, особенности организации и оценки результатов.
17. Метод наблюдения в изучении рекламы и связей с общественностью.
18. Анализ документов как метод исследования рекламной и PR-деятельности.
19. Метод фокус-группы в изучении рекламы и связей с общественностью.
20. Психологические методы тестирования и возможности их использования в исследованиях связи с общественностью и рекламной деятельности.
21. Методы изучения наружной рекламы.
22. Основные методы изучения интернет-рекламы.
23. Методы исследования эффектов и эффективности ПР- и рекламного воздействия.
24. Мониторинг в исследованиях связи с общественностью и рекламной деятельности.
25. Статистические исследования в связях с общественностью.
26. Качественные междисциплинарные и психологические методы, их применение в исследовании рекламы и связей с общественностью.
27. Специфика и возможности качественных и количественных методов исследования рекламной деятельности и связей с общественностью.
28. Программа научного исследования рекламной и PR-деятельности.
29. Этапы научного исследования рекламной и PR -деятельности.
30. Сбор, обработка и анализ результатов исследования рекламной деятельности и связей с общественностью.
31. Структура и функции программы исследования: методологический и методический блоки.
32. Как происходит определение объекта и предмета исследования? Зачем различать теоретический и эмпирический объекты?

33. Виды шкал: номинальная, порядковая, интервальная, относительная.
34. Принципы и этапы конструирования шкал сумматорного типа (на примере любой шкалы: Лайкерт, Богардус, Терстоун, Гуттман).
35. Понятие и виды опроса, область применения, преимущества и ограничения, типичные ошибки при опросах. Примеры использования.
36. Преимущества и ограничения разных видов опроса, организационные и методические особенности. Область применения, критерии выбора метода.
37. Композиция анкеты, последовательность вопросов. Общие принципы разработки вопросника.
38. Основные типы вопросов. Ошибки при формулировке вопросов и вариантов ответов и правила редактирования.
39. Специфика метода наблюдения в PR и рекламе. Достоинства и недостатки метода.
40. Основные принципы и виды пилотажного исследования. Методики проведения. Оценка результатов пилотажа.
41. Основные принципы фокусированного группового интервью, область применения метода фокус-групп. Организация фокус-групп. Примеры использования
42. Основные типы респондентов на фокус-группах. Приемы нейтрализации деструктивных типов респондентов.
43. Область применения и виды экспертного опроса. Организация и проведение. Оценка качества экспертной информации. Примеры использования
44. Выборочный метод в исследовании, область применения. Процесс формирования выборки (этапы проектирования, шаги)
45. Содержание понятий «генеральная совокупность», «выборочная совокупность», «случайная (вероятностная) выборка», «репрезентативность»
46. Метод контент-анализа. Основные этапы подготовки и проведения контент-анализа. Уровни анализа и единицы анализа. Требования к выборкам текстов и счетных единиц.
47. Принципы проведения эксперимента в социологии и его специфика. Экспериментальные планы и область их применения в социологии: примеры.
48. Этапы организации и процедура проведения эксперимента. Ошибки и трудности в эксперименте. Критерии и оценка качества полученных данных.
49. Процедуры сбора, обработки, анализа и представления социометрических данных.
50. Математические методы анализа и компьютерные методы в исследованиях PR и рекламы.

Раздел 4 - «МДК 03.04 Продвижение продуктов и идей в сети интернет»

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2

Вопросы/задания:

1. Продукт. Поиск и занятие свободных ниш.
2. Интернет-маркетинг как часть маркетинга. Основные элементы и особенности.
3. Вирусный маркетинг
4. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование
5. Продвижение продукта/идей в сети Интернет.
6. Создание рекламной кампании в сети Интернет.
7. PR-кампания в Интернете
8. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.
9. Интерактивный Интернет-маркетинг: приложения и игры, ролики
10. Преимущества поискового продвижения сайта.
11. Контекстная реклама: суть понятия, нормативно-правовая база, видовая классификация.

12. Место контекстной рекламы в Интернет маркетинге. Рынок контекстной рекламы.
13. Сервисы контекстной рекламы.
14. Поисковое продвижение сайта (SEO). Поисковая оптимизация
15. Средства Интернет коммуникации. Социальные сети. Порталы и блоги/влоги.
16. Понятие и сущность социальной сети. Интеграция сайта с социальными сетями
17. Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг
18. Аудитория Интернета. Основные принципы работы с интернет-аудиторией.
19. Стратегия и планирование в Интернет-маркетинге. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет
20. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга. Понятие эффективности мероприятий Интернет маркетинга
21. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества
22. Электронные платежные системы. Монетизация. Финансирование интернет-проектов.
23. Ценообразование. Бесплатный контент завоевывает мир.
24. Ценообразование товаров для интернет-магазинов.
25. Политика ценообразования с низкой маржой. Скидки и пакеты как инструмент для увеличения продаж.

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся профессионального модуля в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА (ПРОДУКТА)**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

Об.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств профессионального модуля разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель



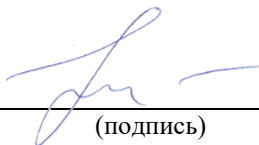
А.А. Вискунова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля обсужден и утвержден на заседании ПЦК

Протокол № 10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



Е.А. Суярова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	4
1.1. Результаты освоения дисциплины.....	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	6
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	11
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	11
2.3.Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	13

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и	Уметь определять задачи профессионального и	Знать технологии саморазвития; возможные траектории

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	профессионального развития и самообразования
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	Уметь составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	Знать аспекты планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификация целей менеджмента
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	Уметь работать с рекламой в средствах массовой информации; проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	Знать основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Уметь проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	Знать основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в РФ

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации профессионального модуля Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) являются:

ПМ.04 – экзамен по модулю (4 семестр), который проводится в устной и письменной форме.

Междисциплинарный курс Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности МДК.04.01 – экзамен (3 семестр), который проводится в устной и письменной форме.

Междисциплинарный курс Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов МДК.04.02 – зачет с оценкой (4 семестр), который проводится в устной и письменной форме.

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.04.01 – зачеты с оценкой (3 и 4 семестры), которые проводятся в форме представления результатов обучения в рамках пройденной обучающимся практики (защита отчета).

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации и рубежного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Экзамен по модулю

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

Блок теоретических вопросов №1 - Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности:

1. Понятия менеджмента и управления, их соотношение. Управленческие революции. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента

2. Классические и неоклассические школы в истории менеджмента. Основные подходы к управлению. Развитие управления в России. Особенности современного российского менеджмента.

3. Содержание планирования. Роль прогнозирования в планировании. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Бизнес-планирование и методы обоснования бизнес-планов.

4. Понятие организации как функции менеджмента. Принципы построения организационной структуры предприятия. Иерархические (элементарные и дивизиональные) и адаптивные организационные структуры.

5. Понятия мотивации и стимулирования и их соотношение. Содержательные и процессуальные теории мотивации трудовой деятельности.

6. Понятие контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов, коррекция. Виды и принципы контроля.

7. Понятие и особенности методов управления. Организационно-административные, экономические и психологические методы менеджмента. Правила выбора и комплексного применения методов менеджмента.

8. Управленческое решение, процесс и методы его принятия. Требования, предъявляемые к управленческому решению и лицу его принимающему

9. Понятие среды организации. Характеристики внешней среды. Среда прямого и косвенного воздействия. Компоненты внутренней среды организации

10. Понятие коммуникации в менеджменте. Система информационных коммуникаций. Коммуникационный стиль. Модели взаимодействия в управлении

11. Понятие руководства. Соотношение партнерства и власти. Лидерство. Стили управления: виды и формирование стилей

12. Понятие корпоративной культуры и ее роль в деятельности организации. Структурное содержание корпоративной культуры, пути ее формирования. Понятие и виды организационного поведения

13. Роль бизнеса в обществе и социальная ответственность менеджера. Составляющие деловой этики. Функции и правила делового общения. Механизм внедрения этических норм

14. Роль психологических знаний в решении задач управления организации. Формирование психологического инструментария управленческого воздействия на сознание подчиненных

15. Планирование рекламной деятельности. Рекламный бюджет. Контроль рекламной деятельности. Эффективность рекламы.

Блок теоретических вопросов №2 - Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов:

1. Интегрированные коммуникации как господствующий вид коммуникаций в современном коммуникационном пространстве. Факторы интеграции. Взаимовлияние общества и технологий в системе интегрированных коммуникаций.

2. Управление в коммуникационной индустрии: тендер – основной инструмент нового бизнеса, рекомендации АКАР по проведению креативного тендера, депозитарий АКАР. Роль нового бизнеса (НБ) в жизни коммуникационного агентства: организация работ по НБ, the Point & Driver System.

3. Понятие интегрированной коммуникационной кампании. Основная идея, имплементация по каналам. Этапы создания ИКК: от клиентского брифа до размещения кампании в СМИ.

4. Методика профилирования клиентов, построенная на психотипах Майерс-Бриггс, модифицированная под реалии рекламы. Особенности четырех типов клиентов.

5. Глобальные и локальные потребительские тренды Роль знания о потребителе в коммуникационном процессе. Источники знаний о потребителе. Определение профиля клиента.

6. Определение потребительского инсайта. Роль инсайта. Типы инсайтов: продуктовый, психологический. Методика «раскопки инсайтов».

7. Процесс создания бренда (Brand creation flow). Место бренда в стратегическом подходе к бизнесу компании: Бизнес стратегия - Бренд стратегия – Маркетинг стратегия – Коммуникационная стратегия. «Портрет бренда». Формула позиционирования бренда.

8. Документирование бренда. Форматы бренд-документов. Основные элементы позиционирования, закрепленные в бренд-документах.

9. Коммуникационная стратегия: модель, этапы разработки. Креативный бриф.

10. Точки контакта с потребителем. Медиапланирование по точкам контакта

11. Специфические инструменты и технологии рекламы в современных условиях.

12. Маркетинг в современных условиях. Контент маркетинг и его инструменты (юмор, эмоции, демо, «говорящие картинки», нарратив). Эволюция рекламы в современных условиях: нативная реклама

13. Специфические инструменты и технологии PR в современных условиях. Допустимые и недопустимые инструменты PR. Принцип достаточности в PR активности.

14. Реализация PR проектов. Система обратной связи и коррекции хода проекта как обязательный элемент. Методики оценки результатов проекта.

15. Медиапланирование, его виды (стратегическое, тактическое) и инструменты.

Раздел 1 «МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

Вопросы/задания:

1. Природа управления и исторические тенденции его развития.
2. Понятия менеджмента и управления, их соотношение. Управленческие революции. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента
3. Классические и неоклассические школы в истории менеджмента. Основные подходы к управлению. Развитие управления в России. Особенности современного российского менеджмента
4. Содержание планирования. Роль прогнозирования в планировании. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Бизнес-планирование и методы обоснования бизнес-планов.
5. Понятие организации как функции менеджмента. Принципы построения организационной структуры предприятия. Иерархические (элементарные и дивизиональные) и адаптивные организационные структуры.
6. Понятия мотивации и стимулирования и их соотношение. Содержательные и процессуальные теории мотивации трудовой деятельности.
7. Понятие контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов, коррекция. Виды и принципы контроля.
8. Понятие и особенности методов управления. Организационно-административные, экономические и психологические методы менеджмента. Правила выбора и комплексного применения методов менеджмента.
9. Управленческое решение, процесс и методы его принятия. Требования, предъявляемые к управленческому решению и лицу его принимающему
10. Понятие среды организации. Характеристики внешней среды. Среда прямого и косвенного воздействия. Компоненты внутренней среды организации
11. Понятие коммуникации в менеджменте. Система информационных коммуникаций. Коммуникационный стиль. Модели взаимодействия в управлении
12. Понятие руководства. Соотношение партнерства и власти. Лидерство. Стили управления: виды и формирование стилей
13. Понятие корпоративной культуры и ее роль в деятельности организации. Структурное содержание корпоративной культуры, пути ее формирования. Понятие и виды организационного поведения
14. Роль бизнеса в обществе и социальная ответственность менеджера. Составляющие деловой этики. Функции и правила делового общения. Механизм внедрения этических норм
15. Роль психологических знаний в решении задач управления организации. Формирование психологического инструментария управленческого воздействия на сознание подчиненных

16. Планирование рекламной деятельности. Рекламный бюджет. Контроль рекламной деятельности. Эффективность рекламы.

Раздел 2- «МДК 04.02 Стратегическое планирование и реализация рекламных и пиар-проектов»

Код контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

Вопросы/задания:

1. Интегрированные коммуникации как господствующий вид коммуникаций в современном коммуникационном пространстве. Факторы интеграции в коммуникациях
2. Взаимовлияние общества и технологий в системе интегрированных коммуникаций. Эволюция каналов и контента в интегрированных коммуникациях.
3. Роль нового бизнеса (НБ) в жизни коммуникационного агентства.
4. Управление НБ в коммуникационной индустрии: тендер – основной инструмент НБ, рекомендации АКАР по проведению креативного тендера, депозитарий АКАР.
5. Управление НБ в агентстве: организация работ по НБ, the Point & Driver System.
6. Понятие ИКК. Основная идея, имплементация по каналам. Работа по созданию ИКК: от клиентского брифа до размещения кампании в СМИ.
7. Этапы создания ИК: Привязка методологии создания ИКК к практике ДИ по курсу.
8. Типология личности Майерс-Бриггс. Методика профилирования клиентов глобальной сети McCann Erickson, построенная на психотипах Майерс-Бриггс, модифицированная под реалии рекламы. Особенности четырех типов клиентов (Bodycopy, Headline, Illustration, Logo).
9. Определение профиля клиента: по манере вести диалог; по первой встрече; по офису; по внешнему виду; по роду деятельности.
10. Роль знания о потребителе в коммуникационном процессе. Источники знаний о потребителе.
11. Глобальные и локальные потребительские тренды.
12. Определение потребительского инсайта. Роль инсайта. Типы инсайтов: продуктовый, психологический. Источники инсайтов.
13. Методика «раскопки инсайтов». Поиск инсайтов с помощью «правильных»/«неправильных» вопросов и релевантных мини-кейсов
14. Процесс создания бренда (Brand creation flow). Место бренда в стратегическом подходе к бизнесу компании: Бизнес стратегия - Бренд стратегия – Маркетинг стратегия – Коммуникационная стратегия.
15. Дифференциация. Мотивация. Brand Proposition. Формула позиционирования бренда: ЛЮДЯМ – МЫ – ПРЕДЛАГАЕМ – БЛАГОДАРЯ.
16. Форматы бренд-документов. Основные элементы позиционирования, закрепленные в бренд-документах. Модель Коммуникационной стратегии - Selling Strategy (McCann Erickson). Основные элементы (Позиция бренда, Амбиция бренда, Платформа идеи, Коммуникационная идея).
17. «Портрет бренда» - инструмент стратегического планирования и часть коммуникационной стратегии. Коммуникационная платформа = Коммуникационная стратегия + Коммуникационный план.
18. Креативный бриф – творческое задание на реализацию коммуникационной стратегии.
19. Touchpoints (точки контакта). Классификация точек контакта.

20. Consumer Journey/ Path to Purchase. Креативность в нахождении и использовании точек контакта. Оригинальные точки контакта.
21. Медиапланирование по точкам контакта: сложности и перспективы.
22. Классификация видов рекламы. Форматы рекламы: testimonial, celebrity, endorsement (professional), infomercial.
23. Технологии рекламы (юмор, эмоции, демо, «говорящие картинки», нарратив).
24. Эволюция рекламы в современных условиях: нативная реклама
25. Маркетинг в современных условиях - Контент маркетинг. История зарождения, развитие., принципиальное отличие от традиционного маркетинга. Формы.
26. Контент маркетинг в B2B и B2C сегментах.
27. Ключевые инструменты PR в корпоративных коммуникациях. Допустимые и недопустимые инструменты PR
28. Назначение Система мониторинга результатов. Система обратной связи и коррекции хода проекта как обязательный элемент. Методики оценки результатов проекта. Фиксация результатов проекта и отчетность
29. Цели и назначение медиапланирования. Планирование, закупка и размещение рекламы как функция рекламного агентства. Место медиапланирования в процессе разработки медийной стратегии клиентом. Понятие комиссии и агентского вознаграждения.
30. Структура медийного рекламного агентства. Объем и структура медиарекламного рынка России. Основные рекламные группы на рынке рекламных агентств России.
31. Медиа-исследования как источник информации для медиапланирования.
32. Основные исследовательские компании в России и их синдикативные медиа-проекты. Основные статистики медиапланирования: измерение аудитории ТВ, Радио, прессы, Интернета.
33. Понятие медиа-микса. Понятие целевой группы рекламной кампании. Основные аудиторные статистики медиапланирования. Понятия: пункта рейтинга, охвата, частоты.
34. Пункт рейтинга, байнговые и целевые пункты. Количество контактов с целевой аудиторией.
35. Частота контакта с рекламным сообщением; эффективная частота контакта.
36. Стоимостные показатели: цена за пункт рейтинга, стоимость тысячи контактов. Закупка и размещение рекламы. Медиаселлеры на рекламном рынке России. Постбайнговая отчетность

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3.Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся профессионального модуля в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал,
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный социальный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа/Филиала РГСУ
/Косоплечев А.В./
«24» мая 2023 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.05 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ
ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА
Базовой подготовки**

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

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: Очная

Срок обучения: 2 года 10 месяцев

Москва 2023

Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих является частью основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки, разработан с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой, и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»

Учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств профессионального модуля разработан рабочей группой в составе: преподаватель Колледжа РГСУ, к.и.н. Патюлина Н.Д., преподаватель Колледжа РГСУ Шаповалова Н.А., преподаватель Колледжа РГСУ Суярова Е.А.

Разработчик основной образовательной программы, преподаватель



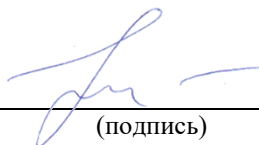
А.А. Вискунова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля обсужден и утвержден на заседании ПЦК

Протокол №10 от «10» мая 2023 года.

Председатель ПЦК



Е.А. Суярова

(подпись)

Фонд оценочных средств профессионального модуля рецензирован и рекомендован к утверждению:

Директор автономной некоммерческой организации Культурный центр «Грин Хилл»



С.А. Королёв

(подпись)

Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Логос-Дизайн»



С.А. Жданов

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	4
1.1. Результаты освоения дисциплины	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	6
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	6
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	10
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	10
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	12

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Уметь определять сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать и понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Уметь организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Знать основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач и проблем; методы и способы решения профессиональных задач
ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Уметь принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Знать технологии и методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития	Уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личного развития.	Знать, как осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личного развития
ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Уметь использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Знать, как использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Уметь эффективно работать в команде; применять основные функции и принципы делового общения	Знать психологические основы деятельности коллектива; технологии эффективного взаимодействия
ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных),	Уметь брать на себя ответственность за работу членов команды, результат выполнения заданий	Знать психологические основы личности; технологии эффективного взаимодействия

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	результат выполнения заданий		
ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Уметь определять задачи профессионального и личностного развития; выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	Знать технологии саморазвития; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Уметь ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать актуальный социальный контекст, в котором осуществляется профессиональная деятельность
ОК-10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Уметь определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации; разрабатывать бизнес-план	Знать экономический механизм и основные принципы предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики
ОК-11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Владеть основами информационной и коммуникативной культуры	Знать основные технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информации в сетях Интернет; правила техники безопасности и гигиенические требования при использовании средств ИКТ
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Уметь проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка.	Знать задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	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.
ПК 4.1	Планировать	Уметь составлять планы и	Знать аспекты

Код компетенций	Наименование компетенции	Умения	Знания
	собственную работу в составе коллектива исполнителей	графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификация целей менеджмента
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	Уметь работать с рекламой в средствах массовой информации; проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	Знать основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Уметь проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	Знать основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в РФ

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формами промежуточной аттестации профессионального модуля Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих являются:

ПМ.05 – квалификационный экзамен (6 семестр)

Междисциплинарный курс Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный) МДК.05.01 – другие формы контроля (контрольная работа в 6 семестре)

Учебная практика УП.05.01 – зачет с оценкой (6 семестр)

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.05.01 – зачет с оценкой (6 семестр)

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

Квалификационный экзамен

Коды контролируемой компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3

Вопросы/задания:

1. Товарный рынок и рекламная деятельность.
2. Методология организации рекламной деятельности.
3. Стратегия и функции рекламной деятельности организации
4. Организационная структура рекламного агентства: её виды и сравнительная характеристика.
5. Рекламные агентства полного цикла.
6. Медиабанерные рекламные агентства.

7. Специализированные рекламные фирмы.
8. Рекламная деятельность издательств печатных СМИ.
9. Характеристика основных функциональных подразделений рекламного агентства.
10. Фундаментальные требования к деятельности рекламного агентства. Стандарт услуг рекламного агентства.
11. Теоретические модели маркетинга товаров и услуг.
12. Структурные и концептуальные элементы международных концепций маркетинга товаров и услуг.
13. Реклама как элемент комплекса маркетинга товаров и услуг.
14. Структура рекламно-коммуникационных каналов, их особенности и механизмы передачи рекламной информации.
15. Классификация рекламных средств.
16. Внешняя реклама магазина.
17. Интерьер магазина как средство рекламы.
18. Рекламные мероприятия в магазине.
19. Витрины как средство рекламы. Оформление витрин образцами различных товарных групп.
20. Содержание и этапы рекламной кампании оптового предприятия.
21. Особенности проведения рекламной кампании оптовых предприятий.
22. Виды рекламных кампаний. Разработка рекламной программы.
23. Медиапланирование. Показатели эффективности медиапланов.
24. Стратегическое планирование рекламных кампаний.
25. Классификация и терминология выставочно-ярмарочной деятельности. Понятие инфраструктуры выставочной деятельности.
26. Процесс организации выставочной деятельности. Экономические аспекты организации выставки.
27. Оценка эффективности организации рекламной деятельности. Определения понятия «эффективность организации рекламной деятельности». Виды эффективности организации рекламной деятельности.
28. Показатели эффективности организации рекламной деятельности. Классификация методов определения эффективности организации рекламной деятельности.
- 29.
30. Структура и функционирование рекламного отдела. Участники рекламного процесса. Организация труда в рекламной службе.
31. Планирование рекламной работы на предприятии

МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего (агент рекламный)

Практические задания

Задание 1

Подготовьте сообщения по следующим темам:

1. Понятие «массовая коммуникация». Основные признаки массовой

коммуникации, ее функции.

2. Свойства массовой коммуникации.
3. Характеристика средств массовой коммуникации (СМК).
4. История изучения проблем массовой коммуникации.
5. Основные теории массовой коммуникации: теория массового общества; политикоэкономическая теория; экономико-социологическая теория и др. (рассмотреть все подробно). Различные подходы к пониманию массовой коммуникации.
6. Коммуникационный процесс в массовой коммуникации. Структура массовой коммуникации.
7. Понятия «массовая аудитория», «массовая информация».
8. Методы исследования массовой коммуникации: контент-анализ, пропагандистский анализ, анализ слухов.
9. Проблемы эффективности массовой коммуникации.

Задание 2

Постройте модель функций массовой коммуникации, в которых отражаются рекламные задачи, решаемые в процессе массовой коммуникации. Подтвердите примерами из практики телевидения РТ.

Задание 3

1 Когда рекламодатель принимает решение о содержании рекламного обращения, он должен определить, какой тип обращения произведет желаемый эффект на контактную аудиторию. Приведите примеры и проанализируйте рекламу в средствах массовой информации содержащую, рациональные, эмоциональные и моральные призывы, при этом в рекламируемых товарах или услугах должны выделять следующие свойства:

- качество;
- экономичность;
- эффективность;
- страх;
- вина;
- юмор;
- ирония;
- гордость;
- сочувствие.

Объясните, почему на ваш взгляд рекламисты выбрали тот или иной призыв?

Согласны ли вы с его решением?

2 Рассмотрите 5 рекламных объявлений с участием известных актеров, спортсменов, врачей.

Объясните, что привлекло рекламодателей к каждой знаменитости (компетентность, достоверность, привлекательность) или что-то другое?

Насколько такая реклама убедительна и почему?

Как вы считаете, на какую целевую аудиторию направлена реклама каждого из рассматриваемых вами товаров или услуг?

3 Объясните, какой вид призыва наиболее эффективно использовать при рекламировании следующих товаров или услуг:

- бумажные салфетки;

- выбор депутата государственной думы;
- хлеб;
- антитабачная программа;
- программа защиты исчезающих животных.

Какой вид рекламы вы выберете для этих товаров или услуг?

Создайте рекламный призыв для каждого товара или услуги?

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания - 1 балл

За неправильное выполнение задания - 0 баллов

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задачи работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся профессионального модуля в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован