Частное профессиональное образовательное учреждение

Вологодский кооперативный колледж

Комплект контрольно-оценочных средств

по учебной дисциплине

Реклама

по специальности

38.02.04. Коммерция (по отраслям)

Вологда, 2019

Рассмотрено на заседании цикловой комиссии организации и технологии ведения бизнеса
Протокол № 1 от «04» сентября 2019 г.
Председатель цикловой комиссии
_____ В.А. Груничева

Утверждаю
Заместитель директора по учебной работе
_____ А.А. Дроздова

Одобрено на заседании методического совета
Протокол № 1 от 11.09.2019 г.

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчик:
Груничева В.А. - преподаватель ЧПОУ Вологодского кооперативного колледжа
Федорова А.В. - преподаватель ЧПОУ Вологодского кооперативного колледжа

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.04. Коммерция (по отраслям) учебной дисциплины «Реклама».

I ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Область применения

Комплект контрольно-оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения учебной дисциплины (УД) «Реклама» ППССЗ по специальности 38.02.04. Коммерция (по отраслям).

1.2 Результаты освоения программы учебной дисциплины, подлежащие проверке

В результате освоения программы УД у обучающихся должны быть сформированы следующие профессиональные компетенции (ПК) и общие компетенции (ОК).

Таблица 1. Показатели оценки сформированности ПК

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	-планирование рекламной компании; -составление медиаплана для предприятия торговли	Выполнение и защита практических работ.
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	-определение экономической эффективности рекламы	Выполнение и защита практических работ
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	-проведение маркетинговых исследований; -создавать различные средства рекламы с использованием компьютерной графики	Выполнение и защита практической работы в виде презентации предприятия
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	- оценка конкурентоспособности товаров, конкурентоспособных преимуществ организации; - оценка реализации рекламной компании на предприятии торговли	Выполнение и защита практических работ

Таблица 2. Показатели оценки сформированности ОК

Общие компетенции	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной	- работа с использованием современного оборудования и информационно-коммуникационных технологий	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной

деятельности.		программы
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, коллегами, руководителями и потребителями.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.	- владение логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

В ходе освоения ПМ обучающиеся осваивают следующие знания и умения.

Таблица 3. Показатели оценки освоения знаний и умений

Знания, умения	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
У 1. Определять экономическую эффективность рекламы	уметь определять экономическую эффективность рекламы	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
У 2. Разрабатывать рекламные тексты	уметь разрабатывать рекламные тексты	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
У 3. Создавать различные средства рекламы с использованием компьютерной графики	уметь создавать различные средства рекламы с использованием компьютерной графики	Защита практической работы в виде презентации предприятия Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
У 4. Планировать рекламную кампанию торгового предприятия	уметь планировать рекламную кампанию торгового предприятия	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
У 5. Составлять медиаплан для предприятия торговли	уметь составлять медиаплан для предприятия торговли	Защита практической работы Отчет по внеаудиторной самостоятельной работе
З 1. Правовую основу рекламы	знать: правовую основу рекламы;	Текущий - Устный опрос Итоговый – дифференцированный зачет
З 2. Психологические основы создания и размещения рекламы	знать: психологические основы создания и размещения рекламы	Текущий - Устный опрос Итоговый – дифференцированный зачет
З 3. Виды и средства рекламы, особенности их применения в торговле	знать: виды и средства рекламы, особенности их применения в торговле	Текущий - Устный опрос Итоговый - дифференцированный зачет
З 4. Организацию и планирование рекламных кампаний на торговом предприятии	знать: организацию и планирование рекламных кампаний на торговом предприятии	Текущий - Тестовый опрос Итоговый - дифференцированный зачет

1.3 Формы промежуточной аттестации по учебной дисциплине

Обязательной формой аттестации по итогам освоения программы УД является дифференцированный зачет.

II КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Предметом оценки освоения УД являются умения и знания, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций. Контроль и оценка этих дидактических единиц осуществляются с использованием следующих форм и методов.

Таблица 4. Контроль и оценка освоения УД «Реклама»

Элемент УД (раздел, тема)	Текущий контроль		Промежуточная аттестация		
	Оценочное средство	Проверяемые умения, знания	Форма контроля	Оценочное средство	Проверяемые умения, знания
Тема 1. Понятие рекламы. История становления и развития рекламы	тестовое задание, опрос		Дифференцированный зачет	Теоретические вопросы, практическое задание	У1, У2, У3, У4, У5 З1, З2, З3, З4,
Тема 2. Законодательная база рекламы	тестовое задание, опрос, практическая работа	З1, У3			
Тема 3. Психологические основы рекламы	опрос, практическая работа	З2			
Тема 4. Виды и средства рекламы и их применение	опрос, практическая работа	З3, У2, У3			
Тема 5. Организация и планирование рекламных кампаний на предприятии	опрос, практическая работа	З4, У4, У5			
Тема 6. Эффективность рекламной деятельности	опрос, практическая работа	З4, У1			

2.2 Контрольно-оценочные материалы для промежуточной аттестации по МДК

Дифференцированный зачет состоит из 6 вариантов по 3 задания (2 теоретических, 1 практический). Теоретическая часть демонстрирует теоретическую подготовку студента по данному курсу и представляет собой теоретический вопрос, изучаемый в процессе освоения дисциплины. Практическая часть служит для выявления умений студента, которые он получил в ходе выполнения практических работ. В качестве практического задания может выступать одно или несколько заданий из любой практической работы или подобные им.

Примерные теоретические вопросы для дифференцированного зачета

1. Раскройте понятие и сущность рекламы.

2. Перечислите основные характеристики и функции рекламы.
3. Охарактеризуйте основные направления рекламы Древнего мира.
4. Раскройте основные направления развития рекламы в Средние века.
5. Охарактеризуйте западноевропейскую и американскую рекламу Нового времени.
6. Назовите основные направления развития рекламы в России.
7. Назовите основные законодательные и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в России и в мире в целом.
8. Раскройте понятие товарного знака предприятия торговли. Что означают понятия охраноспособность и рекламоспособность товарного знака?
9. Дайте понятие фирменного стиля предприятия торговли. Раскройте основные компоненты и функции.
10. Раскройте механизм психологического воздействия рекламы на потребителя.
11. Раскройте классификацию рекламы по различным признакам.
12. Назовите основные виды рекламы в прессе.
13. Назовите основные виды печатной рекламы.
14. Назовите основные виды радио- и телерекламы.
15. Перечислите основные виды Интернет-рекламы.
16. Раскройте основные направления наружной рекламы.
17. Охарактеризуйте основные направления пиара.
18. Дайте понятие рекламной кампании. Раскройте цели рекламной кампании для торгового предприятия.
19. Раскройте процесс медиапланирования на предприятии торговли.
20. Дайте понятие выставки. В чем состоит отличие выставки от ярмарки?
21. Дайте понятие эффективности рекламы. Назовите основные виды эффективности рекламы в торговле.

Примерные практических заданий для дифференцированного зачета

1. Решение задач по определению эффективности рекламы
2. Составление Медиа-плана по заданию преподавателя
3. Составление пресс-релиза по заданию преподавателя
4. Составление объявления о проведении дегустации по заданию преподавателя

Примерный вариант заданий при проведения дифференцированного зачета

1. Назовите основные направления развития рекламы в России.
2. Перечислите основные виды Интернет - рекламы.
3. Решите ситуацию: ТК «Мир бытовой техники» успешно работает на рынке г. Вологды в течении 10 лет. Функционируют 10 магазинов на территории города. В будущем руководство фирмы планирует открытие дополнительных филиалов в г.Соколе и г.Грязовце. Составьте текст рекламного сообщения в связи с открытием нового магазина.

Критерии оценки:

«отлично» - за правильное выполнение всех теоретических вопросов и практического задания;

«хорошо» - за правильное выполнение любого теоретического вопроса и практического задания или неполное раскрытие двух теоретических вопросов и выполнение практического задания;

«удовлетворительно» - за неполное раскрытие одного вопроса и выполнение практического задания или за раскрытие двух теоретических вопросов;

«неудовлетворительно» - за выполнение задания, менее половины.

2.3 Перечень практических работ

Таблица 5. Практические работы по УД «Реклама»

№	Название практического занятия	Кол-во часов
1	Решение ситуационных задач на законность применения рекламы в торговле	2
2	Создание логотипов предприятий торговли с использованием Corel Draw	2
3	Анализ психологического восприятия рекламы	2
4	Анализ использования рекламы в прессе	2
5	Анализ качества исполнения и размещения рекламных текстов рекламного киноролика	2
6	Создание дизайна визитки, с использованием Corel Draw	2
7	Создание дизайна обложки журнала с использованием Corel Draw	2
8	Создание дизайна буклета с использованием Corel Draw	2
9	Создание интернет-баннера с использованием Adobe Photo Shop	2
10	Разработка рекламного ролика	2
11	Разработка плана рекламной кампании для предприятия розничной торговли	2
12	Анализ организации и оформления выставки или ярмарки	2
13	Определение эффективности рекламы розничного торгового предприятия	2
14	Оценка эффективности разработанной рекламной кампании для предприятия торговли.	2