**Частное профессиональное образовательное учреждение**
**Вологодский кооперативный колледж**

**Рабочая программа профессионального модуля**

# ПМ.05 ОСВОЕНИЕ ПРОФЕССИИ РАБОЧЕГО, ДОЛЖНОСТИ СЛУЖАЩЕГО (АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ)

42.02.01. Реклама

Форма обучения: очная

Вологда, 2025

Рассмотрена на заседании цикловой комиссией экономики и управления
Протокол № 1 от «03» сентября 2025 г.
Председатель цикловой комиссии
_____ В.А. Груничева

Утверждаю
Зам. директора по учебно-методической работе
_____ А.А. Русина

**Организация-разработчик:** ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

**Разработчики:**
Попова Н.А., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01. Реклама.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО и потребностями рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

ООО «РА «Эпатаж»
ген директор — _____ — Попов С.А.
Место работы, должность — подпись — ФИО

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ..... 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ..... 7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ..... 10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ..... 10
5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ..... 12

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## Освоение профессии рабочего, должности служащего (агент рекламный)

### 1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Освоение профессии рабочего, должности служащего (агент рекламный)».

Профессиональный модуль включен в вариативную часть образовательной программы.

### 1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

| Код ОК, ПК | Уметь | Знать | Владеть навыками |
|---|---|---|---|
| ОК.01 | -распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части;<br>-определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы;<br>-выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;<br>-владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;<br>-оценивать результат и последствия своих действий | -актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;<br>-структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;<br>-основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте;<br>-методы работы в профессиональной и смежных сферах;<br>-порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности | - |
| ОК.02 | -определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации;<br>-выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска;<br>-оценивать практическую значимость результатов поиска;<br>-применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;<br>-использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности;<br>-использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач. | -номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;<br>-приемы структурирования информации;<br>-формат оформления результатов поиска информации;<br>-современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства | - |
| ОК.03 | -определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;<br>-применять современную научную профессиональную терминологию;<br>-определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;<br>-выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;<br>-определять инвестиционную привлекательность коммерческих | -содержание актуальной нормативно-правовой документации;<br>-современная научная и профессиональная терминология;<br>-возможные траектории профессионального развития и самообразования;<br>-основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности;<br>-правила разработки презентации;<br>-основные этапы разработки и | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования;<br>-презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;<br>-определять источники достоверной правовой информации;<br>-составлять различные правовые документы;<br>-находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать;<br>-оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта; | реализации проекта; | |
| ОК.04 | -организовывать работу коллектива и команды;<br>-взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности | -психологические основы деятельности коллектива;<br>-психологические особенности личности | - |
| ОК.05 | -грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке;<br>-проявлять толерантность в рабочем коллективе | -правила оформления документов;<br>-правила построения устных сообщений;<br>-особенности социального и культурного контекста | - |
| ОК.06 | -проявлять гражданско-патриотическую позицию;<br>-демонстрировать осознанное поведение;<br>-описывать значимость своей специальности;<br>-применять стандарты антикоррупционного поведения | -сущность гражданско-патриотической позиции;<br>-традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений;<br>-значимость профессиональной деятельности по специальности;<br>-стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения | |
| ОК.09 | -понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;<br>-участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;<br>-строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;<br>-кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);<br>-писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы | -правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;<br>-лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;<br>-особенности произношения;<br>-правила чтения текстов профессиональной направленности | - |
| ПК 5.1 | -исследовать рынок, знать конкурентов и целевую аудиторию для разработки эффективных рекламных кампаний;<br>-оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком;<br>-вести переговоры с заказчиками;<br>-использовать офисную оргтехнику, информационные и | -правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;<br>-приемы создания и обработки изображений; | -осуществления деятельности по поиску и привлечению клиентов;<br>-осуществления в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа<br>-составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений; | | -использования компьютерных технологий для обработки текстовой информации |
| ПК 5.2 | -контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы;<br>-работать в рекламных акциях в качестве исполнителя;<br>-анализировать результаты рекламных кампаний и оценивать их эффективность. | -современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы, актуальных медиа и digital-тенденций;<br>-основные принципы маркетинга и стратегии продвижения продукции или услуг. | -определения лучших медиаплатформ и каналов для размещения рекламы в соответствии с запросами клиента<br>-сохранение и развитие отношений с клиентами, решение их проблем и обеспечение высокого уровня обслуживания<br>-контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта |

**1.3. Обоснование часов вариативной части**

Профессиональный модуль включен в вариативную часть образовательной программы, с целью освоения обучающимися дополнительного вида деятельности: **Освоение профессии рабочего, должности служащего (агент рекламный)**, определенного при участии работодателей.

Предусмотрено овладение обучающимися дополнительными профессиональными компетенциями:

ПК 5.1 Организация деятельности по работе с заказчиком

ПК 5.2 Размещение и сопровождение заказа

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

| Код ОК, ПК | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | Учебные занятия | | Самостоятельная работа |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | теоретическое обучение | практические занятия | |
| ОК 01 – 06, ОК 09 ПК 5.1 – 5.2 | МДК.05.01 Организация работ по профессии агент рекламный | **72** | 56 | 12 | **4** |
| | Производственная практика | **108** | | | |
| | Промежуточная аттестация | **16** | | | |
| | **Всего:** | **196** | **56** | **12** | **4** |

## 2.2. Содержание профессионального модуля

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала | Объем часов | Формируемые компетенции |
|---|---|---|---|
| **МДК 05.01. Организация работ по профессии агент рекламный** | | | |
| **Тема 1. Основы организации рекламной деятельности предприятий** | **Содержание учебного материала** | | ОК 01- 06, 09 ПК 5.1 ПК 5.2 |
| | Виды рекламной деятельности и их классификация. Особенности рекламной деятельности учреждений, предприятий, фирм. Виды рекламных агентств, особенности их деятельности. | 2 | |
| | Рекламные услуги. Виды рекламных услуг. Классификация рекламных услуг | 2 | |
| | Законодательство Российской Федерации о рекламе. Международный кодекс рекламной практики. | 2 | |
| | Договорное право. | 2 | |
| | Документационное сопровождение рекламного заказа. | 2 | |
| | **Практические занятия** | | |
| | Составление контракта (договора) на оказание рекламных услуг | 2 | |
| | Оформление необходимой финансовой документации при оказании рекламных услуг. Составление отчетности | 2 | |
| **Тема 2. Основные средства маркетинговых коммуникаций** | **Содержание учебного материала** | | ОК 01- 06, 09 ПК 5.1 ПК 5.2 |
| | ATL-реклама: понятие, средства | 2 | |
| | BTL-реклама: понятие, средства | 2 | |
| | **Практические занятия** | | |
| | Сделать подборку материалов по рекламе для различных типов предприятий | 2 | |
| **Тема 3. Процесс производства рекламного продукта** | **Содержание учебного материала** | | ОК 01- 06, 09 ПК 5.1 ПК 5.2 |
| | Системное программное обеспечение для производства рекламного продукта | 2 | |
| | Прикладное программное обеспечение для производства рекламного продукта | 2 | |
| | Поиск различных рекламных идей | 2 | |
| | Техника для производства рекламного продукта | 2 | |
| | Особенности размещения печатной рекламы | 2 | |
| | Особенности размещения рекламы с помощью прямой почтовой рассылки | 2 | |
| | Размещение рекламных сообщений с помощью различных видов теле-, радио-рекламы. | 2 | |
| | Особенности размещения различных видов наружной рекламы | 2 | |
| | Особенности эффективного размещения рекламы на выставках | 2 | |
| | Интернет-реклама и особенности её размещения | 2 | |
| | Размещение рекламы на рекламных мероприятиях | 2 | |
| | Контактирование со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы | 2 | |
| | **Практические занятия** | | |
| | Составление текста и макета рекламного объявления. | 2 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Тема 4. Деловое общение** | **Содержание учебного материала** | | ОК 01- 06, 09<br>ПК 5.1<br>ПК 5.2 |
| | Пути и способы поиска и привлечения клиентов для рекламного агентства | 2 | |
| | Психологические особенности рекламного воздействия. Типы клиентов | 2 | |
| | Способы построения доверия и фокусировки внимания у заказчика | 2 | |
| | Презентация рекламного предложения | 2 | |
| | Техника работы с возражениями | 2 | |
| | Проведение телефонных переговоров | 2 | |
| | Стратегия переговоров о цене | 2 | |
| | Бриф на разработку рекламы | 2 | |
| | Решение с заказчиком вопросов по производству рекламного продукта | 2 | |
| | **Практические занятия** | | |
| | Составление брифа рекламного продукта | 2 | |
| | Ролевая игра «Переговоры с заказчиком» | 2 | |
| **Самостоятельная работа:** Разработка макетов рекламных продуктов | | **4** | |
| **Производственная практика:**<br>Виды работ:<br>1. Ознакомление с предприятием<br>2. Организация первичной работы с заказчиком<br>3. Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг<br>4. Оформление договорной документации при работе с заказчиком<br>5. Изучение и применение в работе правовых норм, регулирующих взаимоотношения по оказанию услуг<br>6. Выбор вида рекламы для реализации рекламной идеи<br>7. Изучение порядка размещения и сопровождение заказа | | **108** | ОК 01- 06, 09<br>ПК 5.1<br>ПК 5.2 |
| **Промежуточная аттестация** | | **16** | |
| | **Всего:** | **196** | |

## 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы профессионального модуля требует наличия учебного кабинета общепрофессиональных дисциплин и междисциплинарных курсов.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; демонстрационные учебно-наглядные пособия.

Технические средства обучения: доска учебная, программное обеспечение, видеофильмы по различным темам, видеооборудование (мультимедийный проектор с экраном); экран, проектор, магнитная доска; компьютеры по количеству посадочных мест, профессиональные компьютерные программы.

### 3.2. Учебно-методическое обеспечение

#### 3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/561056

2. Синяева, И. М. Организация рекламного бизнеса: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569276

#### 3.2.2. Дополнительные источники

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы: учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18866-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569023

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

| Код ПК, ОК | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|---|---|
| ПК 5.1. | -осуществляет в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей, выполнению комплекса мер, направленных на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач, соблюдая действующие этические нормы рекламирования товаров, услуг;<br>-выделяет объект рекламы из массы сообщений, циркулирующих в средствах массовой информации, характеризовать его дополнительно отличительными потребительскими качествами, преимуществами на рынке товаров и услуг, создавая спрос и побуждая покупателей и потребителей к заключению сделки;<br>-информирует потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, раскрывая (не присущие другим) их специфические особенности, о практическом использовании объекта рекламы, убеждая их, что именно этот товар (услуга, идея) ему нужны;<br>-заключает договоры или соглашения между доверителем и посредником, определяющие характер и объем работ, которые необходимо выполнить за счет и от имени доверителя, а также их оплату по действующим тарифам или условиям договора (соглашения);<br>-составляет и предоставляет в установленные сроки отчетность. | -интерпретация результатов выполнения практических заданий;<br>-оценка решения ситуационных задач;<br>-устный и письменный опрос;<br>-оценка тестового контроля;<br>-квалификационный экзамен |
| ПК 5.2. | стимулирует потребителя повторно делать покупки товара и обращаться за услугами;<br>-принимает меры по обеспечению участия потенциальных покупателей и потребителей в презентациях товаров и услуг, а также проводимых ярмарках, выставках, экскурсиях на предприятия, изготавливающие | |

| | | |
|---|---|---|
| | рекламируемую продукцию;<br>осуществляет работу по популяризации предприятия-заказчика.<br>-проводит разъяснительную работу среди покупателей и потребителей товаров о гарантиях, правах и способах защиты их интересов;<br>-принимает участие в реализации перспективных планов подготовки и размещения рекламы с учетом характера спроса (равномерного или сезонного) на товары (услуги), совершенствовании методов ее проведения, а также в работе по повышению эффективности и снижению затрат, связанных с рекламой;<br>-устанавливает связь со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы;<br>-изучает передовой отечественный и зарубежный опыт организации рекламной работы, освоения новых видов рекламы, обеспечивающих выделение и продвижение рекламируемого объекта на внутреннем и внешнем рынке товаров и услуг;<br>-осуществлять взаимодействие с другими агентами по рекламе | |
| ОК 01. | -выбор и применение способов решения профессиональных задач;<br>-оценка эффективности и качества выполнения задач;<br>-знание более одного способа решения профессиональной задачи;<br>-аргументация выбора конкретного способа | |
| ОК 02. | -соответствие найденной информации заданной теме (задаче);<br>-владение разными способами представления информации;<br>-результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;<br>-объективный анализ найденной информации;<br>-использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития | |
| ОК 03. | -демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации | |
| ОК 04. | -демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей.<br>-объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата;<br>-успешность применения коммуникационных способностей на практике;<br>-соблюдение принципов профессиональной этики;<br>-владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе | |
| ОК 05. | -использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;<br>-соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. | |
| ОК 06. | -грамотно излагать свои мысли;<br>-оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке;<br>- проявлять толерантность в рабочем коллективе | |
| ОК 09. | -эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах;<br>-объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области | |

## 5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

По итогам изучения профессионального модуля предусмотрены экзамен по междисциплинарному курсу и квалификационный экзамен по профессиональному модулю.

Для экзамена по междисциплинарному курсу экзаменационные билеты состоят из двух теоретических заданий и одного практических заданий.

Для квалификационного экзамена экзаменационные билеты составлены в форме ситуаций, для решения которых необходимы знания теоретических вопросов, умение решать практические задачи.

Оснащение демонстрационного экзамена: персональные компьютеры по количеству обучающихся с необходимым программным обеспечением.

**Перечень теоретических вопросов для экзамена по МДК**

1. Приведите примеры стандартных возражений клиентов и рекомендуемой на них реакции.
2. Дайте определение «Рекламный продукт».
3. Расскажите о правилах ведения телефонных переговоров.
4. Дайте определение «Медиабаинговое агентство».
5. Расскажите о правилах оформления договора на оказание рекламных услуг.
6. Дайте определение «Бриф» и назовите 3 основных базы составления брифа.
7. Расскажите о роли посредника в рекламной коммуникации.
8. Расскажите о технологии создания рекламного продукта.
9. Назовите способы получения информации от заказчика для заполнения брифа.
10. Дайте определение «Медиаселлинг».
11. Распишите общий план наличия пунктов договора.
12. Расскажите о процессе производства печатной рекламы.
13. Назовите основные преимущества использования брифа.
14. Расскажите об особенностях телевизионной рекламы.
15. Расскажите о требованиях к разработке рекламного объявления.
16. Расскажите об основных условиях и правилах составления счета на оплату.
17. Назовите основное программное обеспечение для производства рекламного продукта и дайте их характеристику.
18. Расскажите об основных условиях и правилах составления акта сдачи-приемки оказанных услуг.
19. Перечислите и опишите ключевые моменты при создании рекламного продукта.
20. Расскажите об особенностях и правилах создания рекламного текста.
21. Назовите основные и наиболее важные пункты брифа, на которые рекламодателю необходимо обратить внимание.
22. Расскажите об особенностях наружной рекламы.
23. Расскажите об основной цели брифа.
24. Назовите основные виды акций и распишите их.
25. Расскажите об основных условиях и правилах составления дополнительного соглашения.
26. Расскажите об особенностях интернет-рекламы
27. Изобразите обобщенную формулу рекламного продукта
28. Расскажите об особенностях рекламы в прессе
29. Расскажите о процессе производства теле-радио рекламы
30. Расскажите о типах сценариев в рекламных роликах
31. Назовите основные правила для эффективного общения по телефону
32. Расскажите об особенностях радиорекламы
33. Расскажите об особенностях рекламы в прессе
34. Расскажите о трех главных моментах при построении (создании) рекламного продукта
35. Расскажите об особенностях интернет-рекламы
36. Назовите основные этапы ведения телефонных переговоров и их особенности
37. Расскажите о требованиях к разработке рекламного объявления
38. Распишите все этапы технологии создания рекламного продукта
39. Дайте характеристику промо-акций с коммуникацией и приведите примеры
40. Назовите известные вам виды печатной рекламы

41. Дайте характеристику промо-акций с вероятным подарком и приведите примеры
42. Расскажите, чем объясняются стремительные темпы развития Интернет-рекламы
43. Дайте характеристику промо-акций с гарантированным выигрышем и приведите примеры
44. Перечислите основные виды наружной рекламы.
45. Расскажите об игровых приемах при составлении рекламного текста.
46. Расскажите, в чем заключаются особенности радио как средства рекламы.
47. Расскажите о нетрадиционных методах рекламы и приведите примеры.
48. Расскажите о всех возможных типах рекламы рекламного продукта.
49. Назовите основные требования к рекламным текстам и иллюстрациям.
50. Назовите основные виды мероприятий, относящихся к промо-акциям с коммуникацией и о трех из них расскажите более подробно.
51. Дайте определение «Прямая реклама» и приведите примеры.
52. Назовите основные виды мероприятий, относящихся к промо-акциям с вероятным подарком и о трех из них расскажите более подробно.
53. Расскажите о BTL-технологиях в рекламе и приведите примеры.
54. Назовите основные виды мероприятий, относящихся к промо-акциям с гарантированным выигрышем и о трех из них расскажите более подробно.
55. Назовите цели рекламной кампании.
56. Назовите правила, которые помогут вам при составлении рекламных текстов.

**Примеры практических заданий для подготовки к экзамену по МДК**

1. Составьте рекламное обращение для сети магазинов бытовой техники.
2. Создайте графическое сопровождение рекламного сообщения – эскизы.
3. Создайте рекламную печатную листовку.
4. Составьте бриф на рекламный текст.
5. Выберите виды рекламы и средства её размещения.
6. Разработайте и выберите средства распространения рекламы.
7. Придумайте Интернет-рекламу для товара.
8. Разработайте рекламную листовку PR- сообщения.
9. Создайте рекламное сообщение об образовательном учреждении для публикации в печатном СМИ, демонстрации на телевидении.
10. Создайте сценарий радиоролика.
11. Разработайте и создайте макет коммерческого предложения.
12. Разработайте пиар-кампанию. Обоснуйте цели.
13. Разработайте план рекламной кампании. Обоснуйте цели.
14. Проанализируйте размещение рекламы в предложенном журнале.
15. Создайте макет рекламной статьи для сети магазинов.
16. Создайте макет визитки/листовки для сети магазинов.
17. Создайте сценарий телевизионного рекламного ролика для сети магазинов бытовой техники.
18. Разработайте сценарий рекламного аудиоспота для развлекательного комплекса.
19. Разработайте материалы пиар-кампании.
20. Разработайте рекламный модуль в журнале для продвижения продукции предприятия.
21. Разработайте и создайте дизайн рекламного баннера концерта.
22. Разработайте и создайте дизайн рекламного объявления туристической фирмы.
23. Изучите медиаплан (медиалист) фирмы. Проведите его анализ и предложите меры по корректировке.
24. Разработайте слоган для выбранного предприятия или товара.
25. На примере известного бренда раскройте его особенности и значение.
26. Разработайте рекламный персонаж.
27. Разработайте мероприятия по продвижению спортивных событий, мероприятий, брендов.

**Критерии оценивания экзамена по МДК**

**Оценка «5» («отлично»)** выставляется при условии, если обучающийся:

- полно и правильно излагает теоретический вопрос;
- усвоил взаимосвязь основных понятий;
- выделяет главные положения, легко дает ответы на видоизмененные вопросы;
- понял смысл предложенного практического задания, полно и правильно выполнил его;
- проявил высокий уровень всех требующихся для выполнения заданий знаний.

**Оценка «4» («хорошо»)** выставляется при условии, если обучающийся:

- правильно изложил теоретический вопрос, но недостаточно полно или допустил незначительные неточности;
- приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия;
- понял смысл предложенного практического задания, выполнил правильно, но недостаточно полно, легко устраняет замеченные учителем недостатки.

**Оценка «3» («удовлетворительно»)** выставляется при условии, если обучающийся:

- знает основной учебно-программной материал, но испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных уточняющих вопросов учителя;
- понятия определяются, но не всегда четко и правильно;
- понял смысл предложенного практического задания только после дополнительных вопросов, предложенных экзаменаторами. При этом на поставленные вопросы ответил не вполне правильно и полно, но подтвердил ответами понимание вопросов и продемонстрировал отдельные требующиеся для выполнения заданий знания и умения.

**Оценка «2» («неудовлетворительно»)** выставляется при условии, если обучающийся:

- имеет отдельные представления о материале;
- отсутствуют определения ключевых понятий;
- в ответе на теоретический вопрос допускает грубые ошибки;
- не понял смысла предложенного практического задания, выполнил его при помощи экзаменатора, не продемонстрировал сформированность требующихся для выполнения заданий знаний и умений.

**Примеры практических ситуаций по квалификационному экзамену**

1. Составьте рекламное обращение для сети магазинов бытовой техники
2. Создайте графическое сопровождение рекламного сообщения – эскизы
3. Создайте рекламную печатную листовку
4. Составьте бриф на рекламный текст
5. Выберите виды рекламы и средства её размещения
6. Разработайте и выберите средства распространения рекламы
7. Придумайте Интернет-рекламу для товара
8. Разработайте рекламную листовку PR- сообщения
9. Создайте рекламное сообщение об образовательном учреждении для публикации в печатном СМИ, демонстрации на телевидении.
10. Создайте сценарий радиоролика
11. Разработайте и создайте макет коммерческого предложения
12. Разработайте пиар-кампанию. Обоснуйте цели
13. Разработайте план рекламной кампании. Обоснуйте цели
14. Проанализируйте размещение рекламы в предложенном журнале
15. Создайте макет рекламной статьи для сети магазинов
16. Создайте макет визитки/листовки для сети магазинов
17. Создайте сценарий телевизионного рекламного ролика для сети магазинов бытовой техники
18. Разработайте сценарий рекламного аудиоспота для развлекательного комплекса
19. Разработайте материалы пиар-кампании
20. Разработайте рекламный модуль в журнале для продвижения продукции предприятия
21. Разработайте и создайте дизайн рекламного баннера концерта
22. Разработайте и создайте дизайн рекламного объявления туристической фирмы

23. Изучите медиаплан (медиалист) фирмы. Проведите его анализ и предложите меры по корректировке
24. Разработайте слоган для выбранного предприятия или товара
25. На примере известного бренда раскройте его особенности и значение
26. Разработайте рекламный персонаж
27. Разработайте мероприятия по продвижению спортивных событий, мероприятий, брендов

**Критерии оценивания результатов квалификационного экзамена**

**Оценка «5» (отлично)** выставляется при условии, если задание выполнено в полном объеме, студент представил выполнение задания без погрешностей и замечаний, на все вопросы при защите задания дал правильные ответы

**Оценка «4» (хорошо)** выставляется при условии, если задание выполнено в полном объеме, студент представил выполнение задания с небольшими погрешностями, на защите задания затруднялся при ответах на некоторые вопросы, нуждался в уточняющих вопросах и подсказках со стороны преподавателя

**Оценка «3» (удовлетворительно)** выставляется при условии, если задание выполнено в соответствии с требованиями, студент представил выполнение задания с существенными погрешностями, неспособен правильно интерпретировать полученные результаты, на защите затруднялся и/или не ответил на большинство вопросов, нуждался в уточняющих вопросах и подсказках со стороны преподавателя

**Оценка «2» (неудовлетворительно)** выставляется при условии, если студент не выполнил задание, неспособен пояснить выполнение задания, не ответил ни на один контрольный вопрос на защите