

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Разработка и технологии рекламного продукта

**Код модуля**  
1148155

**Модуль**  
Разработка и технологии рекламного продукта

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия, имя, отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Поспелова Тамара Халильевна	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	Индивидуальный предприниматель

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

**Авторы:**

- Поспелова Тамара Халильевна, Преподаватель, Индивидуальный предприниматель

**1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Разработка и технологии рекламного продукта**

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1

**2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Разработка и технологии рекламного продукта**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-3 -Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	3-5 - Маркетинговые технологии П-1 - Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации П-2 - Использовать необходимое программное обеспечение У-1 - Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	Контрольная работа Практические/семинарские занятия Экзамен

**3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)**

**3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине**

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лекциям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – не предусмотрено		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 1</b>		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>Контрольная работа</i>	17	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.60		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.40		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		

**3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта**

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

#### 4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

##### Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

##### Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)

2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

## **5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ**

### **5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля**

#### **5.1.1. Практические/семинарские занятия**

Примерный перечень тем

1. Допечатный процесс. Контроль и корректура обратной информации. Подготовка оригинал макетов к допечатному процессу
  2. Подготовка допечатного процесса. Допечатная подготовка
  3. Шрифтовое оформление рекламной полиграфической продукции и верстка
  4. Компьютерные шрифты. Цветные изображения. Цветоделение.
  5. Формирование градаций тонов изображения и синтез цвета в полиграфической продукции
  6. Обработка изобразительной информации при производстве рекламной продукции.
  7. Исторические корни современной наружной ре-кламы. Наружная реклама и её особенности. Классификация наружной рекламы.
  8. Наружная реклама как медиа-средство. Наружная реклама как художественно-информационное средство. Разработка и производство наружной рекламы. Принципы и приёмы разработки наружной рекламы
  9. Технологии производства наружной рекламы
  10. Директ- мейл в системе маркетинга
  11. Сувенирная реклама, ее особенности и классификация.
  12. Технологии производства различных видов сувенирной продукции
  13. Упаковка как рекламоноситель. Приём готовой продукции
  14. Система формирования цен на рекламную продукцию
- LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля**

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

## **Базовый**

### **5.2.1. Контрольная работа**

Примерный перечень тем

1. Роль рекламной продукции в рекламе и связях с общественностью – примеры использования рекламной продукции в комплексе медиамикс
2. Исторические корни современной наружной рекламы – найти прообразы современной рекламы
3. Наружная реклама и её особенности – разобрать примеры наружной рекламы как медиасредства и как средства информационно-художественного оформления
4. Этапы производства и разработки наружной рекламы – разработать носитель для наружной рекламы
5. Технологии производства наружной рекламы – определить технологию производства различных носителей
6. Разработка кампании директ-мейла – собрать базу данных
7. Применение сувенирной рекламы в интегрированных массовых коммуникациях – подобрать сувенир в зависимости от различных целей и задач одаривания
8. Технологии производства различных видов сувенирной продукции – определить технологию нанесения на различные виды рекламной продукции
9. Упаковка как рекламоноситель - анализ упаковки товаров одной группы
10. Система формирования цен на рекламную продукцию - рассчитать заказ рекламной продукции

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля**

#### **5.3.1. Экзамен**

Список примерных вопросов

1. Полиграфия как технология рекламы и связей с общественностью
2. Полиграфия как инструмент прямого маркетинга
3. Полиграфия как инструмент стимулирования сбыта на местах продаж. (POS-материалы)
4. Фирменная полиграфия как основной элемент организационного стиля
5. Роль фирменной полиграфической продукции в формировании и поддержке корпоративного имиджа
6. Проблема организации полиграфического производства на базе рекламного агентства
7. Система формирования цен на полиграфическую продукцию
8. Наружная реклама как технология рекламы и связей с общественностью
9. Сувенирная продукция как технология рекламы и связей с общественностью
10. Упаковка как рекламоноситель
11. Наружная реклама как медиа средство
12. Наружная реклама как художественно-информационное средство
13. Технологии разработки и изготовления наружной рекламы

14. Технологии разработки и изготовления сувенирной рекламы
  15. Оценка эффективности различных видов рекламы
  16. Директ-мейл как инструмент прямого маркетинга
  17. Сувенирная продукция как инструмент стимулирования сбыта
  18. Проблема организации производства на базе рекламного агентства
  19. Специальные виды печати: флексография, тампопечать, термопереводная печать, трафаретная, струйная, фототипия
- LMS-платформа – не предусмотрена

#### 5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	проектная деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология самостоятельной работы	ПК-3	З-5 У-1 П-1 П-2	Контрольная работа Практические/семинарские занятия Экзамен