

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Разработка и технологии производства рекламного продукта

Код модуля
1164272(1)

Модуль
Разработка и технологии производства
рекламного продукта

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Поспелова Тамара Халильевна	без ученой степени, без ученого звания	преподаватель	кафедра медиакоммуникаций

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- **Поспелова Тамара Халильевна, преподаватель, кафедра медиакоммуникаций**

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

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Разработка и технологии производства 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 3-6 - Маркетинговые технологии и технологии визуального и речевого воздействия 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	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

	специализированные программные продукты	
--	---	--

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

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.4		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	17	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.6		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.4		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.6		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	17	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
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		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр,	Максимальная оценка в баллах

	учебная неделя	
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-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. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Допечатный процесс. Контроль и корректура обратной информации. Подготовка оригинал макетов к допечатному процессу

2. Шрифтовое оформление рекламной полиграфической продукции и верстка

3. Формирование градаций тонов изображения и синтез цвета в полиграфической продукции

4. Обработка изобразительной информации при производстве рекламной продукции

Примерные задания

Разработать содержание договора и технического задания на изготовление полиграфической продукции. Объем работы, сроки и содержание выполняемых работ студент задает самостоятельно.

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. Этапы производства и разработки наружной рекламы – разработать носитель для наружной рекламы

3. Технологии производства наружной рекламы – определить технологию производства различных носителей

4. Полиграфия как технология рекламы и связей с общественностью – подготовка образцов рекламной полиграфической продукции для разных классов, определение их функций внутри класса

5. Технологии производства различных видов сувенирной продукции – определить технологию нанесения на различные виды рекламной продукции

6. Применение сувенирной рекламы в интегрированных массовых коммуникациях – подобрать сувенир в зависимости от различных целей и задач одаривания

Примерные задания

1. Выбрать компанию г. Екатеринбурга или области

2. Выбрать один из поводов: спартакиада, участие в выставке/конференции/Новый год/юбилей компании

3. Выбрать бюджет: до 300р, 500-1000р или 1500р

4. Описать подробно повод, ЦА, цели вручения сувенирной продукции.

5. Предложить 2-3 варианта сувенирной продукции в рамках бюджета: эскиз может быть отри-сован, представлен текстом, фотоколлажом и т.д.

6. Указать технологии нанесения логотипа, текста, изображения, с учетом носителя и тиража

7. Рассчитать стоимость тиража вместе с нанесением и носителем

8. Основательно проработать проектную документацию: технико-экономическое обоснование (цель и задачи мероприятия; определение целевой аудитории); разработать структуру и содержание креативного брифа.

9.*Приветствуется добавление креативных идей, возможен выбор иного повода

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Исторические корни современной наружной рекламы. Наружная реклама и её особенности. Классификация наружной рекламы.

2. Наружная реклама как медиа-средство

3. Директ- мейл в системе маркетинга

4. Упаковка как рекламоноситель. Приём готовой продукции

5. Система формирования цен на рекламную продукцию

6. Шрифтовое оформление рекламной полиграфической продукции и верстка

Примерные задания

Исторические корни современной наружной рекламы – найти прообразы современной рекламы.

Наружная реклама и её особенности – разобрать примеры наружной рекламы как медиасредства и как средства информационно-художественного оформления.

Разработка кампании директ-мейла – собрать базу данных.

Упаковка как рекламоноситель - анализ упаковки товаров одной группы.

Система формирование цен на рекламную продукцию - рассчитать заказ рекламной продукции.

Полиграфия как технология рекламы и связей с общественностью – подготовка образцов рекламной полиграфической продукции для разных классов, определение их функций внутри класса.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

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
 20. Характеристика оттисков основных способов печати
 21. Понятие полиграфического оригинал-макета. Принципы классификации
 22. Заказ и сопровождение производства рекламной полиграфической продукции
 23. Дореволюционная наружная реклама: вывеска, витрина, плакат, афиша
 24. Наружная реклама советского периода: крышная установка, вывеска, плакат, афиша, брендмаурное панно
 25. Современная наружная реклама: историческая трансформация различных видов наружной рекламы и изобретение новых видов наружной рекламы
 26. Технологии производства рекламного обращения для размещения на сетевых конструкциях
 27. Материалы, используемые для производства рекламного обращения для размещения на сетевых конструкциях
 28. Контроль качества готовой рекламной продукции
 29. Критерии выбора различных видов рекламы для разных товаров и услуг
 30. Ценообразование различных видов рекламной продукции
- 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	У-1	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия