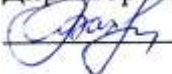


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Вятский государственный университет»  
(ВятГУ)

Колледж ВятГУ

УТВЕРЖДАЮ  
Директор колледжа  
 Вахрушева Л.В.  
31.08.2023 г.  
рег. №3-42.02.01.51\_2023\_0022

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ. 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений,  
основных креативных решений и творческих материалов  
на основных рекламных носителях**

для специальности

42.02.01. Реклама

Форма обучения  
очная

2023 г.



## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

### 1. Общие положения

Формы и процедуры промежуточной аттестации по профессиональному модулю (в том числе по междисциплинарным курсам и всем видам практик) разрабатываются преподавателями и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

Промежуточный контроль по междисциплинарному курсу осуществляется в форме экзамена.

Виды заданий промежуточной аттестации: письменное задание открытого типа, устный ответ, практические задания.

### Сведения о проверяемых результатах оценивания и формах промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Элемент модуля	Проверяемые образовательные результаты	Формы промежуточной аттестации
<p>МДК.04.01. Разработка креативных решений и создание рекламных продуктов</p>	<p><b>Знания</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие и перечень креативных (творческих) индустрий</li> <li>- представление о государственной поддержке креативных (творческих) индустрий в России</li> <li>- креативные техники, используемые в индустрии рекламы</li> <li>- основные понятия области креативных решений и рекламных сообщений</li> <li>- каналы рекламной коммуникации и соответствующие виды рекламных сообщений</li> <li>- рекламная фотография</li> <li>- технологии и виды рекламной фотосъемки</li> <li>- построение фотокадра</li> <li>- техническое оснащение производства рекламной фотографии</li> <li>- рекламное видео</li> <li>- технологии и виды рекламной видеосъемки</li> <li>- построение видеокadra</li> <li>- техническое оснащение производства рекламного видео</li> <li>- основные понятия и история дизайна</li> <li>- графический дизайн</li> <li>- рекламный и медиааизайн</li> <li>- этапы разработки рекламного дизайн-продукта</li> <li>- UX/UI дизайн</li> </ul> <p><b>Умения</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- мониторить и оценивать креативные решения в рекламе для увеличения насмотренности</li> <li>- предлагать и разрабатывать рекламные идеи в разных форматах для разных объектов</li> <li>- характеризовать и оценивать современное состояние фото-рекламной отрасли</li> <li>- характеризовать и оценивать современное состояние видео-рекламной отрасли</li> </ul>	<p>Экзамен</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- характеризовать и оценивать современное состояние аудио-рекламной отрасли</li> <li>- выстраивать фото- и видеокадр по правилам</li> <li>- использовать в процессе создания рекламных продуктов профессиональное фото-, видео-, звуковое и световое оборудование</li> <li>- осуществлять фото-, видеосъемку, аудиозапись</li> <li>- проводить подготовительные действия в процессе создания рекламных продуктов (предпродакшн)</li> <li>- осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала</li> <li>- использовать в процессе создания рекламных дизайн-продуктов соответствующее оборудование и программное обеспечение</li> <li>- характеризовать и оценивать современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна</li> </ul>	
Учебная практика	<p><b>Практический опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать и презентовать заказчику или руководителю авторские рекламные идеи по заданному объекту</li> <li>- под контролем осваивать профессиональное фото- и видео-оборудование</li> <li>- осуществлять предпродакшн рекламного продукта в формате фото- и видео</li> </ul>	Зачет
Производственная практика	<p><b>Практический опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала</li> <li>- осуществлять разработку рекламных макетов</li> <li>- размещать подготовленные в разных форматах рекламные продукты на интернет-ресурсах</li> </ul>	Зачет
ПМ (в целом)	<p>ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.</p> <p>ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.</p> <p>ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.</p>	Экзамен (квалификационный)

## 2. Контроль и оценка образовательных результатов по МДК

Для контроля и оценки образовательных результатов по междисциплинарному курсу разрабатываются фонды оценочных средств, которые позволяют оценить все предусмотренные рабочей программой умения и знания.

### 2.1. Показатели оценки образовательных результатов

#### МДК.04.01. Разработка креативных решений и создание рекламных продуктов

Образовательные результаты (знания)	Показатели оценки результата
- понятие и перечень креативных (творческих) индустрий	Ориентация в понятии и перечне креативных (творческих) индустрий
- представление о государственной поддержке креативных (творческих)	представление о мерах государственной поддержки креативных (творческих) индустрий в

индустрий в России	России
- креативные техники, используемые в индустрии рекламы	Характеристики креативных техник, используемых в индустрии рекламы
- основные понятия области креативных решений и рекламных сообщений	Ориентация в основных понятиях области креативных решений и рекламных сообщений
- каналы рекламной коммуникации и соответствующие виды рекламных сообщений	Комплекс каналов рекламной коммуникации и соответствующих видов рекламных сообщений
- рекламная фотография	Определение профессиональной области рекламной фотографии
- технологии и виды рекламной фотосъемки	Понимание технологий и видов рекламной фотосъемки
- построение фотокадра	Определение правил построения фотокадра
- техническое оснащение производства рекламной фотографии	Знание технического оснащения производства рекламной фотографии
- рекламное видео	Определение профессиональной области рекламного видео
- технологии и виды рекламной видеосъемки	Понимание технологий и видов рекламной видеосъемки
- построение видеокadra	Определение правил построения видеокadra
- техническое оснащение производства рекламного видео	Знание технического оснащения производства рекламного видео
- основные понятия и история дизайна	Ориентация в основных понятиях и истории дизайна
- графический дизайн	Определение профессиональной области графического дизайна
- рекламный и медиадизайн	Определение профессиональной области рекламного и медиадизайна
- этапы разработки рекламного дизайн-продукта	Знание этапов разработки рекламного дизайн-продукта
- UX/UI дизайн	Определение профессиональной области UX/UI дизайна

<b>Образовательные результаты (умения)</b>	<b>Показатели оценки результата</b>
- мониторить и оценивать креативные решения в рекламе для увеличения намотренности	Мониторинг и оценка креативных решений в рекламе
- предлагать и разрабатывать рекламные идеи в разных форматах для разных объектов	Разработка рекламных идей в разных форматах для разных объектов
- характеризовать и оценивать современное состояние фото-рекламной отрасли	Характеристика современного состояния фото-рекламной отрасли
- характеризовать и оценивать современное состояние видео-рекламной отрасли	Характеристика современного состояния фото-рекламной отрасли
- характеризовать и оценивать современное состояние аудио-рекламной отрасли	Характеристика современного состояния аудио-рекламной отрасли
- выстраивать фото- и видеокadp по правилам	Построение фото- и видеокadp
- использовать в процессе создания рекламных продуктов профессиональное фото-, видео-, звуковое и световое оборудование	Умение использовать профессиональное фото-, видео-, звуковое и световое оборудование в процессе создания рекламных продуктов
- осуществлять фото-, видеосъемку, аудиозапись	Процесс осуществления фото-, видеосъемки, аудиозаписи

- проводить подготовительные действия в процессе создания рекламных продуктов (предпродакшн)	Реализация подготовительных действий в процессе создания рекламных продуктов
- осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала	Обработка и монтаж отснятого (записанного) материала
- использовать в процессе создания рекламных дизайн-продуктов соответствующее оборудование и программное обеспечение	Использование технического оборудования и программного обеспечения в процессе создания рекламных дизайн-продуктов
- характеризовать и оценивать современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна	Характеристика современного состояния отрасли рекламного и медиадизайна

## 2.2. Перечень вопросов для контроля знаниевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения
<ul style="list-style-type: none"> <li>- понятие и перечень креативных (творческих) индустрий</li> <li>- представление о государственной поддержке креативных (творческих) индустрий в России</li> <li>- креативные техники, используемые в индустрии рекламы</li> <li>- основные понятия области креативных решений и рекламных сообщений</li> <li>- каналы рекламной коммуникации и соответствующие виды рекламных сообщений</li> <li>- рекламная фотография</li> <li>- технологии и виды рекламной фотосъемки</li> <li>- построение фотокадра</li> <li>- техническое оснащение</li> </ul>	<p>Понятие креативных (творческих) индустрий, принятое в России Перечень креативных (творческих) индустрий (по любой классификации)</p> <p>Основные положения «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года</p> <p>Основные характеристики креативных техник (техника эмпатии, смыслового видения, сравнения, эвристических вопросов, техника ассоциаций, гиперболизации, инверсии, мозгового штурма и др.) Значение понятий: креативная концепция, креативное решение, рекламная идея, вербальное, визуальное, аудиовизуальное сообщение</p> <p>Основные каналы вербальной, визуальной, аудиовизуальной рекламной коммуникации Виды вербальных, визуальных, аудиовизуальных рекламных сообщений</p> <p>Аргументируйте мнение, что фотография является искусством В чем принципиальные сходства и различия фотоискусства и изобразительного искусства? Характеристики фото как рекламного продукта Офлайн- площадки размещения рекламных фотографий Онлайн-площадки размещения рекламных фотографий Основные виды форматы и фотосъемки Характеристики и специфика мобильного фото Специфика репортажной фотосъемки. Когда она применяется в рекламе? Специфика студийной фотосъемки. Когда она применяется в рекламе? Чем вдохновляются фотографы для поиска удачной идеи рекламного фото?</p> <p>Основные правила построение кадра в рекламной фотографии Какие основные ошибки можно сделать при построении кадра в рекламной фотографии? Специфика работа модели или актера в кадре В чем отличия профессиональной фотоаппаратуры от</p>

производства рекламной фотографии	любительской? Основные элементы профессионального оборудования фотографа
- рекламное видео	Правила работа со светом во время фотосъемки Какие основные ошибки можно допустить при работе со светом? Основные этапы создания рекламной фотографии
- технологии и виды рекламной видеосъемки	В чем принципиальные сходства и различия видеоискусства и телевизионной отрасли? Характеристики видео как рекламного продукта Офлайн-площадки размещения рекламных видео Онлайн-площадки размещения рекламных видео
- построение видеокadra	Основные виды и форматы видеосъемки Характеристики и специфика мобильного видео Специфика репортажной видеосъемки. Когда она применяется в рекламе? Специфика студийной видеосъемки. Когда она применяется в рекламе? Базовые и инновационные приемы и методы воплощения идей в рекламных видео
- техническое оснащение производства рекламного видео	Основные правила построение кадра в рекламном видео Какие основные ошибки можно сделать при построении кадра в рекламном видео? Специфика работа модели или актера в видеокadre Основные элементы профессионального оборудования видеографа Правила работы со светом во время видеосъемки Правила работа со звуком во время видеосъемки Основные этапы создания рекламного видео
- основные понятия и история дизайна	Основные этапы креативного и технического развития отрасли дизайн Европе и России в XIX-XX веках Основные этапы развития отрасли рекламного дизайна в XX- XIXI веках Современный дизайн: принципы и правила, исторические взаимосвязи, развитие отрасли рекламного и медиадизайна Понятие и характеристики антропоцентричного дизайна, дизайн-мышления, коммуникативного дизайна
- графический дизайн	Что такое графический дизайн, какова область его профессионального применения? Стили и модульные системы графического дизайна Основные компьютерные графические программы Основные инструменты компьютерных графических программ Онлайн-сервисы для дизайн-работ. В чем особенности работы на графическом планшете?
- рекламный и медиадизайн	Полиграфическая и печатная реклама: особенности производства, материалы, примеры дизайн-продуктов. Наружная реклама и реклама в местах продаж: особенности производства, материалы, примеры дизайн-продуктов. Статическая и динамическая реклама в интернете: особенности производства, площадки размещения, примеры дизайн-продуктов. реклама в интернете: особенности производства, площадки размещения, примеры дизайн-продуктов. Инфографика: понятие, особенности производства и восприятия, площадки размещения.
- этапы разработки рекламного дизайн-	Исследования предпочтений целевой аудитории. Мониторинг дизайн-продуктов.

<p>продукта</p> <p>- UX/UI дизайн</p> <p>- рекламное аудио</p> <p>- звуорежиссура и звукооператорское искусство</p> <p>- этапы разработки рекламного аудио-продукта</p>	<p>Разработка дизайн-идеи. Создание вариантов эскизов (макетов). Проработка выбранного эскиза. Тестирование дизайн-продукта. Допечатная подготовка (для офлайн-продуктов). Печать/размещение рекламных дизайн-продуктов Что входит в понятия «веб-дизайн», UX/UI дизайн? Что такое пользовательский интерфейс, какова область его применения? Что такое юзабилити и как связано с веб-дизайном? Какие этапы включает проектирование интерфейсов цифровых продуктов: мобильных и веб-приложений, сайтов? Специфические требования к UX/UI дизайнеру</p> <p>Аудио как рекламный продукт. В чем состоят психологические особенности восприятия аудиоинформации и аудиорекламы? Виды аудио- рекламных продуктов. Специфика производства и креатива аудиорекламы на радио, в интернет-коммуникациях, в событийном маркетинге Специфика производства и креатива подкастов. В чем состоят правовые особенности работы со звуком и музыкальными произведениями? Звуорежиссура как творческая и техническая профессия: требования, основные навыки. Содержание и область применения работы звукооператора Элементы профессионального оборудования звуорежиссера и звукооператора Актуальные сервисы и программы по записи и обработке звука Этапы создания рекламного аудиопродукта Препродакшн рекламного аудиопродукта Продакшн рекламного аудиопродукта Постпродакшн рекламного аудиопродукта Содержание работы по озвучиванию рекламного аудиопродукта Критерии подбора голосов для озвучивания рекламного аудиопродукта</p>
---	---



### 2.3. Перечень заданий для контроля умениевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (умения)	Примерные практические задания для контроля в соответствии с уровнем освоения
<p>- мониторить и оценивать креативные решения в рекламе для увеличения насмотренности</p>	<p>Охарактеризуйте 3 известных вам креативных кейса (уровень: мировой, национальный, региональный), дайте оценку каждому креативному решению Напишите рецензию на посещенное профильное мероприятие (выставку, форум, фестиваль и т.п.)</p>
<p>- предлагать и разрабатывать рекламные идеи в разных форматах для разных объектов</p>	<p>Предложите рекламную идею для объекта, предложенного преподавателем Разработайте идею рекламного фото для объекта (на выбор) из списка, предложенного преподавателям Разработайте идею рекламного видео для объекта (на выбор) из списка, предложенного преподавателям Разработайте идею рекламного аудио для объекта (на выбор) из списка, предложенного преподавателям</p>
<p>- характеризовать и оценивать современное состояние фото-рекламной отрасли</p>	<p>Охарактеризуйте современное состояние отрасли фоторекламы в России (имена, студии, профессиональные конкурсы) Приведите и охарактеризуйте удачные, на ваш взгляд, примеры рекламных фотопродуктов (не менее 3-х) Охарактеризуйте тренды развития фото-рекламной отрасли</p>
<p>- характеризовать и оценивать современное состояние видео-рекламной отрасли</p>	<p>Охарактеризуйте современное состояние отрасли видеорекламы в России Приведите и охарактеризуйте удачные, на ваш взгляд, примеры рекламных видеопродуктов (не менее 3-х) Охарактеризуйте тренды развития видео-рекламной отрасли</p>
<p>- характеризовать и оценивать современное состояние аудио-рекламной отрасли</p>	<p>Охарактеризуйте современное состояние отрасли аудиорекламы в России Назовите и охарактеризуйте не менее 5 радиостанций, вещающих на территории Кировской области Приведите и охарактеризуйте удачные, на ваш взгляд, примеры рекламных аудио-продуктов (не менее 3-х) Охарактеризуйте тренды развития фото-рекламной отрасли</p>
<p>- выстраивать фото- и видеокадр по правилам</p>	<p>Используя заданные предметы и локацию, выстройте фотокадр, видеокадр Коммуницируя с актером (моделью), выстройте фотокадр, видеокадр Напишите чек-лист «Основные ошибки в процессе построения фото- и видеокадра»</p>
<p>- использовать в процессе создания рекламных продуктов профессиональное фото-, видео-, звуковое и световое оборудование</p>	<p>Под контролем преподавателя выставьте свет для видеосъемки Продемонстрируйте умение пользоваться инструментами и ресурсами цифровой фото-, видеокамеры Примите участие в монтаже фона для видеосъемки Выберите и установите штатив для заданной фото-, видеосъемки</p>

- осуществлять фото-, видеосъемку, аудиозапись	Осуществите аудиозапись по заранее согласованному сценарию Осуществите фотосъемку по заданному объекту Осуществите видеосъемку по заданному объекту
- проводить подготовительные действия в процессе создания рекламных продуктов (предпродакшн)	Предложите идеи сценария аудио- или видеорекламного продукта на заданную тему Сделайте раскадровку рекламного видео по заранее согласованному сценарию Смоделируйте процесс согласования сценария с заказчиком или руководителем
- осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала	Используя программы или онлайн-сервисы обработки фото и различные фильтры, осуществите обработку 10 фотографий, представьте результаты Используя программы или онлайн-сервисы обработки видео, осуществите монтаж 30 секунд видео, представьте результаты Используя программы или онлайн-сервисы обработки аудио, осуществите монтаж 30 секунд аудио, представьте результаты
- использовать в процессе создания рекламных дизайн-продуктов соответствующее оборудование и программное обеспечение	Продемонстрируйте умение пользоваться инструментами и ресурсами графических программ и онлайн-сервисов В любой (на выбор) графической программе или онлайн-сервисе разработайте рекламный макет для заданного объекта Используйте и обработайте фотоизображения для рекламного дизайн-продукта
- характеризовать и оценивать современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна	Охарактеризуйте современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна в России Назовите и охарактеризуйте не менее 5 известных дизайн-студий Приведите и охарактеризуйте удачные, на ваш взгляд, примеры рекламных дизайн-продуктов (не менее 3-х) Охарактеризуйте тренды развития фото-рекламной отрасли Напишите эссе на тему «Сможет ли искусственный интеллект заменить рекламного дизайнера?»

### 3. Критерии оценки образовательных результатов

#### 3.1. Шкала оценки развернутых письменных заданий открытого типа

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Содержание и полнота письменного ответа полностью соответствует заданию. Информация систематизирована и обработана в соответствии с заданием. Логическая связь между отдельными частями текста присутствует, текст грамотно разделен на абзацы. Используются термины и определения.	5	отлично
В содержании письменного ответа имеются отдельные незначительные неточности. Информация систематизирована в соответствии с заданием. Логическая связь между отдельными частями текста присутствует, текст разделен на абзацы. Используются	4	хорошо

термины и определения.		
В содержании письменного ответа имеются недостатки в передаче информации. Задание выполнено не полностью. Логическая связь отсутствует. Деление текста на абзацы непоследовательно. Имеются ошибки в использовании терминов и определений.	3	удовлетворительно
Содержание письменного ответа не соответствует заданию. Отсутствует логика изложения. Не использованы термины и определения	2	неудовлетворительно

### 3.2. Шкала оценки устных ответов

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Тема раскрыта в полном объеме, высказывания связные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры, сделаны выводы. Ответы на вопросы даны в полном объеме или вопросы отсутствуют.	5	отлично
Тема раскрыта не в полном объеме, высказывания в основном связные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры, сделаны выводы. Ответы на вопросы сигнализируют о наличии проблемы в понимании темы.	4	хорошо
Тема раскрыта недостаточно, высказывания несвязные и нелогичные. Научная лексика не использована, примеры не приведены, выводы отсутствуют. Ответы на вопросы в значительной степени зависят от помощи со стороны преподавателя.	3	удовлетворительно
Тема не раскрыта. Логика изложения, примеры, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.	2	неудовлетворительно

### 3.3. Шкала оценивания тестов в соответствии с ключом к тесту

Процент результативности (количество правильных ответов в тесте %)	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
80 ÷ 100 %	5	отлично
70 ÷ 79 %	4	хорошо
60 ÷ 69%	3	удовлетворительно
менее 60%	2	неудовлетворительно

## 4. Оценка учебной и производственной практики описана в программе практики

## 5. Контроль и оценка результатов по ПМ

Целью проведения экзамена по модулю является оценка готовности обучающихся к выполнению определенного вида профессиональной деятельности посредством оценивания профессиональных компетенций.

Экзамен по модулю включает: выполнение серии практических заданий.

Итогом экзамена по модулю является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен с оценкой / не освоен».

### 5.1. Показатели оценки профессиональных компетенций

Оцениваемые компетенции	Показатели оценки результата
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Разработано и представлено в фото- / видео- / аудио-формате творческое рекламное решение на заданную тему
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	Разработано и представлено в фото- / видео- / аудио-формате творческое рекламное решение на выбранную студентом тему, обосновано его место в медиаплане рекламной коммуникационной кампании
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Разработаны и размещены на интернет-ресурсе единицы рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации

### 5.2. Перечень заданий для экзамена по модулю

Оцениваемые компетенции	Примерные практические задания
Задания, проверяющие отдельные компетенции	
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Проведите сравнительный анализ (в свободной форме) разных форматов профессиональной деятельности фотографа / видеографа / специалиста по аудиорекламе: – работа в рекламном или коммуникационном агентстве – работа в профильных средствах массовой коммуникации – организация собственной фото/видео/аудио-студии – фриланс Опишите достоинства и недостатки каждого формата
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	Напишите аналитический отчет по вопросу «какие критерии оценки качества рекламного аудиопродукта может применить заказчик или руководитель?» на основе собственного опыта, приобретенного во время прохождения учебной и производственно практики
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Продемонстрируйте рекламный продукт, созданный вами в фото- / видео- / аудио-формате и размещенный на любом интернет-ресурсе
Комплексные задания, ориентированные на проверку освоения вида профессиональной деятельности	
<b>ВПД</b> Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений,	Охарактеризуйте этап предпродакшна, продакшна или постпродакшна фото-, видео- или аудио- рекламного продукта (на выбор студента), представьте практические результаты своей

основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	учебной работы в рамках выбранного этапа (рекламный продукт) На основе сформулированных правил взаимодействие рекламного фотографа / видеографа / специалиста по аудиорекламе с заказчиком разработайте техническое задания для создателя рекламных сообщений
---	--

### 5.3. Критерии оценки практических заданий

#### Шкала оценки модельных ответов

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Задание выполнено в соответствии с модельным ответом	5	отлично/освоен
В задании допущен один -два недочета и (или) одна ошибка	4	хорошо/освоен
В задании допущено несколько недочётов и две ошибки	3	удовлетворительно/освоен
В задании допущено несколько недочетов и более двух ошибок	2	неудовлетворительно/ не освоен

#### Шкала оценки в соответствии с эталоном

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Задание выполнено в соответствии с эталоном	5	отлично/освоен
В задании допущен один-два недочета и (или) одна ошибка	4	хорошо/освоен
В задании допущено несколько недочётов и две ошибки	3	удовлетворительно/освоен
В задании допущено несколько недочетов и более двух ошибок	2	неудовлетворительно/ не освоен

## 6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

### 6.1. Промежуточная аттестация в форме экзамена

#### Цель процедуры:

Целью промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу является оценка уровня усвоения обучающимися знаний и освоения умений в результате изучения МДК (части МДК – для многосеместровых МДК).

#### Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину. В случае, если обучающийся не проходит процедуру без уважительных причин, он считается имеющим академическую задолженность.

#### Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения МДК в период экзаменационной сессии (если экзаменационная сессия предусмотрена графиком учебного процесса). В противном случае директором колледжа составляется и утверждается индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для каждого обучающегося, не сдавшего экзамен.

### **Требования к помещениям материально-техническим средствам для проведения процедуры:**

Требования к кабинету для проведения процедуры и необходимости специализированных материально-технических средств определяются преподавателем, ведущим дисциплину.

### **Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:**

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину.

### **Требования к фонду оценочных средств:**

До начала проведения процедуры преподавателем разрабатывается фонд оценочных средств для оценки знаний и умений, который включает примерные вопросы открытого типа, задачи, из перечня которых формируются экзаменационные билеты. Экзаменационные билеты рассматриваются на соответствующих цикловых комиссиях и утверждаются заместителем директора колледжа по учебной работе. Количество вопросов в билете определяется преподавателем самостоятельно в зависимости от вида заданий, но не менее двух. Количество экзаменационных билетов, как правило, превышает количество обучающихся, проходящих процедуру промежуточной аттестации в форме экзамена.

### **Описание проведения процедуры:**

Каждому обучающемуся при предъявлении зачетной книжки выдается экзаменационный билет. После получения экзаменационного билета и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний и умений выполнить предложенные задания в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения экзамена определяется из расчета 0,3 часа на каждого обучающегося.

### **Шкалы оценки результатов проведения процедуры:**

Результаты проведения экзамена оцениваются преподавателем с применением четырехбалльной шкалы в соответствии с критериями оценки.

## **6.2. Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю**

### **Цель процедуры:**

Целью промежуточной аттестации по профессиональному модулю является оценка готовности обучающихся к выполнению определенного вида профессиональной деятельности посредством оценивания профессиональных компетенций.

### **Субъекты, на которые направлена процедура:**

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих ПМ. В случае, если обучающийся не прошел процедуру без уважительных причин, он считается имеющим академическую задолженность.

### **Период проведения процедуры:**

Процедура оценивания проводится по окончании изучения МДК и прохождения обучающимися учебной и производственной практики. В противном случае директором колледжа составляется и утверждается индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для каждого обучающегося, не сдавшего экзамен по модулю.

### **Требования к помещениям материально-техническим средствам для проведения процедуры:**

Требования к кабинету для проведения процедуры и необходимости специализированных материально-технических средств определяются цикловой комиссией, за которой закреплен ПМ.

### **Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:**

Процедуру проводит комиссия, которая, как правило, состоит не менее чем из трех человек. В аттестационную комиссию могут входить преподаватели профессионального цикла, представители от предприятий, организаций, председатель цикловой комиссии, заведующий отделением.

### **Требования к фонду оценочных средств:**

До начала проведения процедуры преподавателями разрабатывается фонд оценочных средств для оценки профессиональных компетенций, который включает практические задания, ориентированные на проверку освоения вида деятельности в целом; задания, проверяющие

освоение группы компетенций, соответствующих определенному разделу модуля; задания, проверяющие отдельные компетенции, формируемые внутри профессионального модуля.

Экзаменационные билеты рассматриваются на соответствующих цикловых комиссиях и утверждаются заместителем директора колледжа по учебной работе. Количество экзаменационных билетов, как правило, превышает количество обучающихся, проходящих процедуру промежуточной аттестации в форме экзамена по модулю.

**Описание проведения процедуры:**

Каждому обучающемуся при предъявлении зачетной книжки выдается экзаменационный билет. После получения экзаменационного билета и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений и практического опыта выполнить предложенные задания в установленное преподавателем время.

**Шкалы оценки результатов проведения процедуры:**

Результаты проведения экзамена оцениваются комиссией с применением четырехбалльной шкалы в соответствии с критериями оценки.