Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

(АНО ПО «ПГТК»)



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ

ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

**ПМ.04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта»**

для специальности

**42.02.01 «Реклама»**

Квалификация выпускника

**Специалист по рекламе**

(базовая подготовка)

Форма обучения

**Очная**

Пермь, 2022 г

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю ПМ.04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта» составлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510.

ФОС предназначен для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор – составитель: Андреева Е.И., старший преподаватель.

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю рассмотрен и одобрен на заседании кафедры общеобразовательных, гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол № 02 от «16» февраля 2022 г.

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.03. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЧ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА…………………………………4](#_Toc159256578)

2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩЕГОСЯ ………………………………. 5

[3.ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА…………………………………………………..11](#_Toc159256603)

[4. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ..11](#_Toc159256604)

# ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.04. «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОЕКТА»

Результатом освоения профессионального модуля «ПМ.04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта» является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ППССЗ в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен квалификационный, который проверяет готовность обучающегося к выполнению работ по организации и управлению процессом изготовления рекламного проекта.

Формой проведения экзамена квалификационного является выполнение кейс-заданий.

Итогом проверки является дифференцированная оценка по профессиональному модулю.

Экзамен квалификационный по ПМ.04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта» принимают заведующий профильной кафедры и преподаватели колледжа, осуществляющие теоретическое обучение по МДК.04.01; руководство учебной практикой УП.04.01., производственной практикой ПП.04.01.

Условием допуска к экзамену квалификационному является успешное освоение обучающимися всех элементов программы профессионального модуля:

- теоретической части ПМ.04 (МДК.04.01);

- учебной практики УП.04.01;

- производственной практики ПП.04.01.

с проведением промежуточной аттестации по данным элементам программы ПМ.04.

* 1. **Профессиональные и общие компетенции**

В результате контроля и оценки по профессиональному модулю осуществляется проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

**Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК.4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК.4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК.4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

**Общие компетенции (ОК):**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

**2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩЕГОСЯ**

Задания для экзамена квалификационного ориентированы на проверку освоения вида деятельности (всего модуля) ПМ.04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта»в целом. Типовые задания носят компетентностно-ориентированный, комплексный характер.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Рекламный менеджмент: понятие и принципы
2. Классификация управленческой деятельности в сфере рекламы
3. Решить задачу:

**Определите эффективность проводимых рекламных мероприятий исходя из следующих данных.**

Среднемесячный расход на рекламу 3 000 тыс. руб.

Темп роста среднедневного товарооборота в рекламный и послерекламный период – 115 %.

Время учета товарооборота в рекламный и послерекламный периоды – 10 дней.

Средняя торговая надбавка – 25 %.

Расходы на рекламу – 20 тыс. руб.

В месяце 31 день.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2**

1. Субъекты и объекты рекламного менеджмента
2. Рекламная активность предприятия
3. Решить задачу:

**В магазине была организована рекламная распродажа женской одежды.**

Среднемесячный товарооборот до рекламного 1 820 тыс. руб. В период проведения рекламной кампании среднедневной товарооборот увеличился до 78 867 руб. Время учета товарооборота в рекламный и послерекламный периоды – 15 дней. Средняя торговая надбавка – 20 %. Расходы на рекламу – 32 тыс. руб. В месяце 30 дней. Прибыль от продажи товаров – 890 тыс. руб. Рассчитайте дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, экономический эффект от рекламной кампании и рентабельность рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3**

1. Субъекты рекламного рынка
2. Выбор рекламного агентства
3. Решить задачу:

**Магазин «Белвест» закупил партию фирменной обуви коллекции «Весна – лето». Была проведена рекламная кампания.**

Расходы на рекламу составили:

1) наружная реклама (аренда двух билбордов в центре города) –27 155 руб.;

2) реклама на радиостанции «Русское радио – Калининград» –38 970 руб.;

3) реклама на каналах «Первый канал – регион», «РТР – регион» – 47 000 руб.

Среднемесячный товарооборот до рекламы – 4 500 тыс. руб.

Средняя торговая надбавка – 25 %.

Рекламная кампания проводится с 18 марта по 3 апреля.

Среднедневной товарооборот во время проведения рекламной кампании увеличился в среднем на 40 500 руб.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4**

1. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства
2. Проблемы сотрудничества
3. Решить задачу:

**В торговом центре «Эпицентр» проводится рекламная кампания, предусматривающая скидки на все реализуемые товары 23 %. Расходы на рекламу составили, тыс. руб.:**

1) реклама на телевидении – 173;

2) реклама на радио – 69;

3) наружная реклама – 21

Среднемесячный товарооборот до рекламного 21 млн руб.

Средняя торговая наценка – 20 %.

Время проведения кампании с 9 по 23 февраля.

В период проведения рекламной кампании среднедневной товарооборот увеличился до 882 тыс. руб.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5**

1. Смена рекламного агентства
2. Управление исполнением заказов в рекламном агентстве
3. Решить задачу:

**Определите эффективность проводимых рекламных мероприятий исходя из следующих данных.**

Среднемесячный товарооборот до рекламного 1 700 000 руб.

Темп прироста среднедневного товарооборота в рекламный и послерекламный периоды составил 15 %.

Время учета товарооборота в рекламный и послерекламный периоды – 10 дней.

Средняя торговая надбавка – 20 %.

Расходы на рекламу –14 000 руб.

В месяце 30 дней.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6**

1. Взаимодействие рекламодателя со средствами массовой информации рекламного агентства со средствами массовой информации
2. Задачи рекламной деятельности
3. Решить задачу:

**ОАО «Торговый дом «Европа»» закупил новую коллекцию женской верхней зимней одежды и проводит рекламную кампанию. Расходы на рекламу:**

1) реклама на телевидении, – 150 тыс. руб.;

2) реклама в прессе – 30 тыс. руб.

Среднемесячный товарооборот до рекламного периода – 10 800 тыс. руб.

Средняя торговая надбавка – 28 %.

Среднедневной товарооборот в рекламный и послерекламный периоды увеличился на 53,2 тыс. руб.

Время проведения кампании с 10 по 24 ноября.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7**

1. Планирование рекламной деятельности
2. Организация рекламной деятельности
3. Решить задачу:

**Магазин «Детский мир» проводит рекламную кампанию «Скидки на все канцтовары для школьников 15 %».**

Расходы на рекламу составили, тыс. руб.:

1) реклама на телевидении – 105;

2) реклама на радио – 67;

3) реклама на транспорте – 32

Среднемесячный товарооборот до рекламного периода – 12 млн руб.

Средняя торговая наценка – 20 %.

Время проведения компании с 16 по 29 августа.

В период проведения рекламной кампании среднедневной товарооборот увеличился до 72 тыс. руб.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8**

1. Координация рекламной деятельности
2. Контроль рекламной деятельности
3. Решить задачу:

**РА «АБСОЛЮТ» выделило 200 тыс. у.ед. на планируемую рекламную кампанию.**

Основными статьями рекламного бюджета являются:

- административные расходы (20%)

- производственные расходы (7%)

- рекламные исследования (25%)

- покупка средств распространения рекламы (48%).

На рекламу на радио выделено 10% от бюджета распространения рекламы, на ТВ рекламу 35%, на интернет – 15%.

Определите суммы, выделенную на рекламу этих медиаканалов.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9**

1. Управление персоналом в рекламном бизнесе
2. Понятие и типы рекламных кампаний
3. Решить задачу:

**Рассчитайте экономический эффект от применения рекламных средств, при проведении рекламной кампании на основе имеющихся данных:**

1.Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы составил 30000 у.ед.

2. Торговая надбавка на товар 30%

3. Расходы на рекламу составили 28000 у.ед.

4. Дополнительные расходы по приросту товарооборота – 4700 у.ед

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10**

1. Характеристики успешных рекламных кампаний
2. Планирование рекламных кампаний
3. Решить задачу:

Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка.

В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 54 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 1980 млн. шт. Предполагается, что в следующем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 3%, доля фирмы – на 5%.

Во втором сегменте доля фирмы составляет 4%, объем продаж – 75 млн. шт. предполагается, что емкость рынка возрастет на 11 %, при этом доля фирмы в этом сегменте вырастет до 8%.

В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы – 0,12. изменений емкости рынка не предвидится, объем продаж фирмы сократится на 1 млн. шт. Алгоритм решения:

При решении данной задачи необходимо учитывать следующее: издержки на предприятии подразделяются на постоянные и переменные, которые объединяются в совокупные; удельные издержки – издержки на единицу продукции, а общие – на весь объем.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 11**

1. Стратегии позиционирования в рекламе
2. Информация для создания рекламного проекта
3. Решить задачу:

**Фирма «АЛЬЯНС» планировала распределение бюджета по средствам распространения рекламы следующим образом:**

- реклама ТВ 10%,

- интернет-реклама 25%,

- участие в выставках 25%,

- сувенирная реклама 10%,

- наружная реклама 30%.

Окончательно было решено снизить расходы на сувенирную рекламу до 5%, а освободившуюся сумму отнести на дополнительную статью «стимулирующие мероприятия».

Определите сумму, выделенную на «стимулирующие мероприятия», если бюджет по средствам распространения рекламы составляет 13 тыс. у.ед.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 12**

1. Исследования в сфере рекламы: типы, задачи, направления
2. Тестирование: цели, объекты, организация
3. Решить задачу:

**Определите эффективность проводимых рекламных мероприятий исходя из следующих данных.**

Среднемесячный расход на рекламу 3 000 тыс. руб.

Темп роста среднедневного товарооборота в рекламный и послерекламный период – 115 %.

Время учета товарооборота в рекламный и послерекламный периоды – 10 дней.

Средняя торговая надбавка – 25 %.

Расходы на рекламу – 20 тыс. руб.

В месяце 31 день.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 13**

1. Методы получения первичной информации. Работа с фокус- группами
2. Содержание сметы затрат
3. Решить задачу:

Разработать алгоритм планирования и разработки рекламной кампании с использованием основных подходов для продвижения торговой марки В2С и В2В рынков по заданию преподавателя.

Алгоритм решения:

Для решения задачи необходимо:

- указать цели рекламной кампании и описать целевой сегмент,

- разработать стратегию рекламной кампании,

- составить рекламное обращение,

- выбрать виды рекламы и средства распространения рекламы,

- составить график использования средств рекламы и календ.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 14**

1. Методы определения рекламных бюджетов
2. Методы распределения рекламных бюджетов
3. Решить задачу:

Описать процесс планирования, прогнозирования эффективности рекламной.

Решить ситуационные задачи:

определите эффективность проведенных рекламных кампаний в соответствии с первоначальными целями кампании и тремя уровням реакции рынка: познавательной; эмоциональной; поведенческой.

При определении экономической эффективности рекламы можно воспользоваться формулами: - эффективность рекламы; - дополнительный товарооборот; - рентабельность рекламы; - экономический эффект от рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 15**

1. Математические модели в рекламной деятельности
2. Экономическая эффективность рекламной деятельности
3. Решить задачу:

**Определите эффективность проводимых рекламных мероприятий исходя из следующих данных.**

Среднемесячный расход на рекламу 3 000 тыс. руб.

Темп роста среднедневного товарооборота в рекламный и послерекламный период – 115 %.

Время учета товарооборота в рекламный и послерекламный периоды – 10 дней.

Средняя торговая надбавка – 25 %.

Расходы на рекламу – 20 тыс. руб.

В месяце 31 день.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 16**

1. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности
2. Факторы, влияющие на эффективность рекламной кампании
3. Решить задачу:

**В магазине была организована рекламная распродажа женской одежды.**

Среднемесячный товарооборот до рекламного 1 820 тыс. руб. В период проведения рекламной кампании среднедневной товарооборот увеличился до 78 867 руб. Время учета товарооборота в рекламный и послерекламный периоды – 15 дней. Средняя торговая надбавка – 20 %. Расходы на рекламу – 32 тыс. руб. В месяце 30 дней. Прибыль от продажи товаров – 890 тыс. руб. Рассчитайте дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, экономический эффект от рекламной кампании и рентабельность рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 17**

1. Причины снижения эффективности рекламы
2. Методы определения эффективности рекламы
3. Решить задачу:

**Магазин «Белвест» закупил партию фирменной обуви коллекции «Весна – лето». Была проведена рекламная кампания.**

Расходы на рекламу составили:

1) наружная реклама (аренда двух билбордов в центре города) –27 155 руб.;

2) реклама на радиостанции «Русское радио – Калининград» –38 970 руб.;

3) реклама на каналах «Первый канал – регион», «РТР – регион» – 47 000 руб.

Среднемесячный товарооборот до рекламы – 4 500 тыс. руб.

Средняя торговая надбавка – 25 %.

Рекламная кампания проводится с 18 марта по 3 апреля.

Среднедневной товарооборот во время проведения рекламной кампании увеличился в среднем на 40 500 руб.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 18**

1. Методы оценки стоимости бренда
2. Методы оценки интегрированности маркетинговых коммуникации
3. Решить задачу:

**В торговом центре «Эпицентр» проводится рекламная кампания, предусматривающая скидки на все реализуемые товары 23 %. Расходы на рекламу составили, тыс. руб.:**

1) реклама на телевидении – 173;

2) реклама на радио – 69;

3) наружная реклама – 21

Среднемесячный товарооборот до рекламного 21 млн руб.

Средняя торговая наценка – 20 %.

Время проведения кампании с 9 по 23 февраля.

В период проведения рекламной кампании среднедневной товарооборот увеличился до 882 тыс. руб.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 19**

1. Медиапланирование: понятие, задачи, место в рекламном процессе
2. Проблемы, связанные с медиапланированием
3. Решить задачу:

**Определите эффективность проводимых рекламных мероприятий исходя из следующих данных.**

Среднемесячный товарооборот до рекламного 1 700 000 руб.

Темп прироста среднедневного товарооборота в рекламный и послерекламный периоды составил 15 %.

Время учета товарооборота в рекламный и послерекламный периоды – 10 дней.

Средняя торговая надбавка – 20 %.

Расходы на рекламу –14 000 руб.

В месяце 30 дней.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 20**

1. Медиации и медиастратегии
2. Исследования в медиапланировании
3. Решить задачу:

**ОАО «Торговый дом «Европа»» закупил новую коллекцию женской верхней зимней одежды и проводит рекламную кампанию. Расходы на рекламу:**

1) реклама на телевидении, – 150 тыс. руб.;

2) реклама в прессе – 30 тыс. руб.

Среднемесячный товарооборот до рекламного периода – 10 800 тыс. руб.

Средняя торговая надбавка – 28 %.

Среднедневной товарооборот в рекламный и послерекламный периоды увеличился на 53,2 тыс. руб.

Время проведения кампании с 10 по 24 ноября.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 21**

1. Особенное, и медиаисследовапий для различных рекламных средств
2. Основные медиахарактеристики (рейтинг, охват, GPR)
3. Решить задачу:

**Магазин «Детский мир» проводит рекламную кампанию «Скидки на все канцтовары для школьников 15 %».**

Расходы на рекламу составили, тыс. руб.:

1) реклама на телевидении – 105;

2) реклама на радио – 67;

3) реклама на транспорте – 32

Среднемесячный товарооборот до рекламного периода – 12 млн руб.

Средняя торговая наценка – 20 %.

Время проведения компании с 16 по 29 августа.

В период проведения рекламной кампании среднедневной товарооборот увеличился до 72 тыс. руб.

Рассчитайте экономический эффект от проведения рекламной кампании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 22**

1. Целевая аудитория: понятие, способы описания
2. Способы оценки медиааудитории
3. Решить задачу:

**РА «АБСОЛЮТ» выделило 200 тыс. у.ед. на планируемую рекламную кампанию.**

Основными статьями рекламного бюджета являются:

- административные расходы (20%)

- производственные расходы (7%)

- рекламные исследования (25%)

- покупка средств распространения рекламы (48%).

На рекламу на радио выделено 10% от бюджета распространения рекламы, на ТВ рекламу 35%, на интернет – 15%.

Определите суммы, выделенную на рекламу этих медиаканалов.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 23**

1. Правила выбора медиасредств для рекламной кампании
2. Экономические характеристики и оптимизация размещения рекламных сообщений (СРР, СРТ)
3. Решить задачу:

**В магазине была организована рекламная распродажа женской одежды.**

Среднемесячный товарооборот до рекламного 1 820 тыс. руб. В период проведения рекламной кампании среднедневной товарооборот увеличился до 78 867 руб. Время учета товарооборота в рекламный и послерекламный периоды – 15 дней. Средняя торговая надбавка – 20 %. Расходы на рекламу – 32 тыс. руб. В месяце 30 дней. Прибыль от продажи товаров – 890 тыс. руб. Рассчитайте дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, экономический эффект от рекламной кампании и рентабельность рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 24**

1. Концепции эффективной частоты
2. Концепция Resensy
3. Решить задачу:

**Рассчитайте экономический эффект от применения рекламных средств, при проведении рекламной кампании на основе имеющихся данных:**

1.Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы составил 30000 у.ед.

2. Торговая надбавка на товар 30%

3. Расходы на рекламу составили 28000 у.ед.

4. Дополнительные расходы по приросту товарооборота – 4700 у.ед

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 25**

1. Этапы медиапланирования
2. Содержание медиаплана
3. Решить задачу:

**РА «АБСОЛЮТ» выделило 200 тыс. у.ед. на планируемую рекламную кампанию.**

Основными статьями рекламного бюджета являются:

- административные расходы (20%)

- производственные расходы (7%)

- рекламные исследования (25%)

- покупка средств распространения рекламы (48%).

На рекламу на радио выделено 10% от бюджета распространения рекламы, на ТВ рекламу 35%, на интернет – 15%.

Определите суммы, выделенную на рекламу этих медиаканалов.

**3.ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА**

**Инструкция**:

1. Внимательно изучите информационный блок пакета экзаменатора.

2. Ознакомьтесь с заданиями для экзаменующихся.

Количество вариантов заданий для экзаменующихся: 25.

# 4. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Результаты сформированности общих и профессиональных компетенций выражаются в четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

**Шкала оценивания:**

Оценка **«Отлично»** выставляется, если **у**ровень освоения содержания и сформированность профессиональных компетенций по профессиональному модулю соответствуют требованиям ФГОС, самостоятельная работа обучающегося выполнена в полном объёме в целом на отличном уровне, результаты учебной и производственной практики оценены на «хорошо» и «отлично»;

Оценка **«Хорошо»** выставляется, если **у**ровень освоения содержания и сформированность профессиональных компетенций по профессиональному модулю соответствуют требованиям ФГОС, самостоятельная работа обучающегося выполнена в полном объёме в целом на хорошем уровне, результаты учебной и производственной практики оценены на «хорошо» и «удовлетворительно»;

Оценка **«Удовлетворительно»** выставляется, если **у**ровень освоения содержания и сформированность профессиональных компетенций по профессиональному модулю соответствуют требованиям ФГОС, самостоятельная работа обучающегося выполнена в полном объёме на удовлетворительном уровне, результаты учебной и производственной практики оценены на «удовлетворительно»;

Оценка **«Неудовлетворительно** выставляется, если **у**ровень освоения содержания и продемонстрированные умения не соответствуют требованиям ФГОС, самостоятельная работа обучающегося не выполнена в полном объёме или выполнена не полностью на удовлетворительном уровне, результаты учебной и производственной практики в целом оценены на «неудовлетворительно».