Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

(АНО ПО «ПГТК»)



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ

ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

**ПМ.03. «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»**

для специальности

**42.02.01 «Реклама»**

Квалификация выпускника

**Специалист по рекламе**

(базовая подготовка)

Форма обучения

**Очная**

Пермь, 2023 г

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю ПМ.03. «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» 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., Зыкова С.С., старшие преподаватели.

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю рассмотрен и одобрен на заседании кафедры правовых дисциплин, протокол № 02 от «20» февраля 2023 г.

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.03. «МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА…………………………………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.03. «МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

Результатом освоения профессионального модуля «ПМ.03. «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» 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 маркетинговому и правовому обеспечению реализации рекламного продукта.

Формой проведения экзамена квалификационного является выполнение кейс-заданий.

Итогом проверки является дифференцированная оценка по профессиональному модулю.

Экзамен квалификационный по ПМ.03. «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» принимают заведующий профильной кафедры и преподаватели колледжа осуществляющие теоретическое обучение по МДК.03.01, МДК.03.02, МДК.03.03; руководство учебной практикой УП.03.01., производственной практикой ПП.03.01.

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

- теоретической части ПМ.03 (МДК.03.01, МДК.03.02, МДК.03.03);

- учебной практики УП.03.01;

- производственной практики ПП.03.01.

с проведением промежуточной аттестации по данным элементам программы ПМ.03.

* 1. **Профессиональные и общие компетенции**

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

**Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 3.3. Изучение потребностей, мотивов и интересов целевых групп потребителей.

*ПК 3.4. Анализ особенностей восприятия целевой аудиторией рекламного влияния.*

**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.

**2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩЕГОСЯ**

Задания для экзамена квалификационного ориентированы на проверку освоения вида деятельности (всего модуля) ПМ.03. «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»в целом. Типовые задания носят компетентностно-ориентированный, комплексный характер.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Цели и сфера применения закона РФ «О рекламе».
2. Рекламная деятельность на рынке потребительских товаров.
3. Крупная страховая компания «Стратегия» обратилась в рекламную компанию «Мир рекламы» для разработки и создания фирменного стиля компании и заключения договора на производство и создание рекламного продукта.

*Задание*

1. Предложите варианты развития данной ситуации.
2. Какие правовые нормы должны быть учтены в договоре.
3. Может ли договор способствовать дальнейшему сотрудничеству.
4. Какие риски должны учитываться договором.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2**

1. Общие требования к рекламе.
2. Организация рекламы на предприятиях сферы сервиса.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и успешной работы рекламной компании «Мир рекламы»? Маркетинговое и правовое обеспечение.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РК «Мир рекламы».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3**

1. Понятие и виды ненадлежащей рекламы.
2. Организация маркетинговой деятельности на рекламном предприятии.
3. В крупную страховую компанию «Реал Инвест» обратилась рекламно-производственная компания «Арт-ель» для заключения договора по страхованию имущества.

*Задание*

1. Какие правовые нормы должен предусматривать договор.
2. Структура договора для рекламно-производственной компании.
3. Предложите варианты развития по сотрудничеству двух фирм.
4. Какие риски должны учитываться договором для рекламно-производственной компании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4**

1. Понятие недобросовестной рекламы.
2. Виды рекламы: витринная реклама, почтовая и наружная.
3. В крупную страховую компанию «Норт Ост» обратилась рекламно-производственная компания «Жираф» для заключения договора по страхованию имущества.

*Задание*

1. Какие правовые нормы должен предусматривать договор.
2. Структура договора для рекламно-производственной компании.
3. Предложите варианты развития по сотрудничеству двух фирм.
4. Какие риски должны учитываться договором для рекламно-производственной компании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5**

1. Понятие скрытой рекламы.
2. Потребители. Классификация потребителей.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и открытия рекламно­производственной компании «Арт-Союз». Маркетинговое и правовое обеспечение фирмы. Структура рекламно-производственной компании.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РПК «Арт-Союз».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором для производства рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6**

1. Защита несовершеннолетних в рекламе.
2. Потребители. Классификация потребителей.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и открытия рекламно­производственной компании «Арт-Плюс». Маркетинговое и правовое обеспечение фирмы. Структура рекламно-производственной компании.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РПК «Арт-Плюс».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором для производства рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7**

1. Товары, реклама которых не допускается.
2. Элементы комплекса маркетинга: товар, цена, сбыт, реклама.
3. Крупная страховая компания «Стратегия» обратилась в рекламную компанию «Мир рекламы» для разработки и создания фирменного стиля компании и заключения договора на производство и создание рекламного продукта.

*Задание*

1. Предложите варианты развития данной ситуации.
2. Какие правовые нормы должны быть учтены в договоре.
3. Может ли договор способствовать дальнейшему сотрудничеству.
4. Какие риски должны учитываться договором.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8**

1. Сроки хранения рекламных материалов и предоставление информации рекламодателем.
2. Эволюция понятия «Маркетинг».
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и успешной работы рекламной компании «Мир рекламы»? Маркетинговое и правовое обеспечение.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РК «Мир рекламы».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9**

1. Прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой и ее наложение на кадр транслируемой телепрограммы.
2. Маркетинговые исследования: сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.
3. В крупную страховую компанию «Реал Инвест» обратилась рекламно-производственная компания «Арт-ель» для заключения договора по страхованию имущества.

*Задание*

1. Какие правовые нормы должен предусматривать договор.
2. Структура договора для рекламно-производственной компании.
3. Предложите варианты развития по сотрудничеству двух фирм.
4. Какие риски должны учитываться договором для рекламно-производственной компании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10**

1. Особенности рекламы в детских и образовательных телепередачах.
2. Бизнес-план. Этапы разработки маркетинговой части бизнес-плана.
3. В крупную страховую компанию «Норт Ост» обратилась рекламно-производственная компания «Жираф» для заключения договора по страхованию имущества.

*Задание*

1. Какие правовые нормы должен предусматривать договор.
2. Структура договора для рекламно-производственной компании.
3. Предложите варианты развития по сотрудничеству двух фирм.
4. Какие риски должны учитываться договором для рекламно-производственной компании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 11**

1. Прерывание радиопрограммы или радиопередачи рекламой и ее наложение на кадр транслируемой радиопрограммы.
2. Типы рекламных агентств.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и открытия рекламно­производственной компании «Арт-Союз». Маркетинговое и правовое обеспечение фирмы. Структура рекламно-производственной компании.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РПК «Арт-Союз».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором для производства рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 12**

1. Особенности рекламы в прямом эфире.
2. Понятие маркетинга. Принципы, цели и задачи маркетинга.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и открытия рекламно­производственной компании «Арт-Плюс». Маркетинговое и правовое обеспечение фирмы. Структура рекламно-производственной компании.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РПК «Арт-Плюс».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором для производства рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 13**

1. Общая продолжительность рекламы, распространяемой в радиопрограмме.
2. Реклама, как важнейший метод стимулирования сбыта и продвижения товара.
3. Крупная страховая компания «Стратегия» обратилась в рекламную компанию «Мир рекламы» для разработки и создания фирменного стиля компании и заключения договора на производство и создание рекламного продукта.

*Задание*

1. Предложите варианты развития данной ситуации.
2. Какие правовые нормы должны быть учтены в договоре.
3. Может ли договор способствовать дальнейшему сотрудничеству.
4. Какие риски должны учитываться договором.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 14**

1. Особенности рекламы в детских и образовательных радиопередачах.
2. Использование современных информационно-коммуникационных технологий в рекламной практике.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и успешной работы рекламной компании «Мир рекламы»? Маркетинговое и правовое обеспечение.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РК «Мир рекламы».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 15**

1. Особенности размещения рекламы в периодических печатных изданиях.
2. Жизненный цикл рекламного продукта. Фирменный стиль рекламного продукта. Понятие бренда.
3. В крупную страховую компанию «Реал Инвест» обратилась рекламно-производственная компания «Арт-ель» для заключения договора по страхованию имущества.

*Задание*

1. Какие правовые нормы должен предусматривать договор.
2. Структура договора для рекламно-производственной компании.
3. Предложите варианты развития по сотрудничеству двух фирм.
4. Какие риски должны учитываться договором для рекламно-производственной компании?

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 16**

1. Распространение рекламы на приспособлениях, предназначенных для регулирования дорожного движения.
2. Планирование маркетинга и рекламы.
3. В крупную страховую компанию «Норт Ост» обратилась рекламно-производственная компания «Жираф» для заключения договора по страхованию имущества.

*Задание*

1. Какие правовые нормы должен предусматривать договор.
2. Структура договора для рекламно-производственной компании.
3. Предложите варианты развития по сотрудничеству двух фирм.
4. Какие риски должны учитываться договором для рекламно-производственной компании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 17**

1. Размещение рекламы на транспортном средстве.
2. Сущность комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций и его основные составляющие.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и открытия рекламно­производственной компании «Арт-Союз». Маркетинговое и правовое обеспечение фирмы. Структура рекламно-производственной компании.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РПК «Арт-Союз».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором для производства рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 18**

1. Ограничения на размещение рекламы на транспортных средствах.
2. Стимулирование сбыта рекламных продуктов. Анализ потребления.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и открытия рекламно­производственной компании «Арт-Плюс». Маркетинговое и правовое обеспечение фирмы. Структура рекламно-производственной компании.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РПК «Арт-Плюс».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором для производства рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 19**

1. Ответственность за нарушение закона «О рекламе».
2. Реклама, как метод управления людьми.
3. Крупная страховая компания «Стратегия» обратилась в рекламную компанию «Мир рекламы» для разработки и создания фирменного стиля компании и заключения договора на производство и создание рекламного продукта.

*Задание*

1. Предложите варианты развития данной ситуации.
2. Какие правовые нормы должны быть учтены в договоре.
3. Может ли договор способствовать дальнейшему сотрудничеству.
4. Какие риски должны учитываться договором.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 20**

1. Ответственность рекламораспространителя.
2. Товар. Классификация товара.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и успешной работы рекламной компании «Мир рекламы»? Маркетинговое и правовое обеспечение.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РК «Мир рекламы».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 21**

1. Основы конституционного права.
2. Рекламный рынок и его сегментирование.
3. В крупную страховую компанию «Реал Инвест» обратилась рекламно-производственная компания «Арт-ель» для заключения договора по страхованию имущества.

*Задание*

1. Какие правовые нормы должен предусматривать договор.
2. Структура договора для рекламно-производственной компании.
3. Предложите варианты развития по сотрудничеству двух фирм.
4. Какие риски должны учитываться договором для рекламно-производственной компании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 22**

1. Законодательное обеспечение права граждан на ведение предпринимательской деятельности.
2. Реклама в системе продвижения товара.
3. В крупную страховую компанию «Норт Ост» обратилась рекламно-производственная компания «Жираф» для заключения договора по страхованию имущества.

*Задание*

1. Какие правовые нормы должен предусматривать договор.
2. Структура договора для рекламно-производственной компании.
3. Предложите варианты развития по сотрудничеству двух фирм.
4. Какие риски должны учитываться договором для рекламно-производственной компании.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 23**

1. Юридические лица.
2. Элементы комплекса маркетинга: товар, цена, сбыт, реклама.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и открытия рекламно­производственной компании «Арт-Союз». Маркетинговое и правовое обеспечение фирмы. Структура рекламно-производственной компании.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РПК «Арт-Союз».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором для производства рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 24**

1. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
2. Формирование рекламных средств в России.
3. Какие мероприятия надо учесть и провести для создания и открытия рекламно­производственной компании «Арт-Плюс». Маркетинговое и правовое обеспечение фирмы. Структура рекламно-производственной компании.

*Задание*

1. Предложите варианты развития и становления фирмы на рынке рекламы.
2. Какие основные правовые нормы должны быть учтены РПК «Арт-Плюс».
3. Нужны ли маркетинговые исследования до открытия фирмы и после.
4. Какие риски должны учитываться договором для производства рекламы.

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 25**

1. Прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой и ее наложение на кадр транслируемой телепрограммы.
2. Маркетинговые исследования: сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.
3. В крупную страховую компанию «Реал Инвест» обратилась рекламно-производственная компания «Артель» для заключения договора по страхованию имущества.

*Задание*

1. Какие правовые нормы должен предусматривать договор.
2. Структура договора для рекламно-производственной компании.
3. Предложите варианты развития по сотрудничеству двух фирм.
4. Какие риски должны учитываться договором для рекламно-производственной компании.

**3.ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА**

**Инструкция**:

1. Внимательно изучите информационный блок пакета экзаменатора.

2. Ознакомьтесь с заданиями для экзаменующихся.

Количество вариантов заданий для экзаменующихся: 25.

Время выполнения каждого варианта задания – 6 часов.

# 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».