

**КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный**

**По специальности среднего профессионального образования
42.02.01 «Реклама»
Срок обучения -3 год 10 мес.**

2024

Комплект контрольно-оценочных средств к рабочей программе профессионального модуля разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО), входящей в состав укрупненной группы специальностей **42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»**

42.02.01 «Реклама»

РАЗРАБОТЧИК: СПб ГБПОУ «Академия «ЛОКОН»

СОДЕРЖАНИЕ

1	Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств
1.1	Область применения
1.1.1.	Освоение профессиональных и общих компетенций
1.1.2.	Приобретение практического опыта в ходе освоения профессионального модуля
1.1.3.	Освоение умений и усвоение знаний
1.2.	Система контроля и оценки освоения программы профессионального модуля
1.2.1	Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля «ПМ. 05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный
1.2.2	Этапы организации контроля и оценки освоения программы профессионального модуля
1.2.3.	Организация контроля и оценки освоения программы профессионального модуля «ПМ. 05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный
1.3	Материально техническое обеспечение контрольно-оценочных мероприятий
2.	Комплект экзаменационных материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности ПМ. 05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный
2.1.	Пакет для экзаменуемых
2.2	Пакет экзаменатора
3	Приложения

1 ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Область применения

Комплект контрольно-оценочных средств разработан для рабочей программы профессионального модуля ПМ. 05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный. Данный блок является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО, входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

42.02.01 «Реклама»

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **размещения и сопровождения заказа на изготовление рекламы.** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1.	Организационная деятельность по работе с заказчиком
ПК 5.2.	Размещение и сопровождение заказа
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Быть готовым к смене 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.
-------	---

Комплект контрольно-оценочных средств позволяет оценивать: освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности и общих компетенций (ОК), формирующихся в процессе освоения ОПОП в целом:

1.1.2 Приобретение практического опыта в ходе освоения профессионального модуля

<p align="center">Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)</p>	<p align="center">Основные показатели оценки результата</p>
<p>ПК-5.1 Организационная деятельность по работе с заказчиком.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Демонстрация навыков ведения переговоров с заказчиком при осуществлении деятельности по поиску и привлечению клиентов, понимая сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляя к ней устойчивый интерес.</p> <p>Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов, учитывая социально-психологические основы рекламы, зная факторы и методы воздействия на человека.</p> <p>Осуществление выбора и использование различных видов средств распространения рекламы, используя информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-5.2 Размещение и сопровождение заказа</p> <p>ОК.4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК.5 Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа, оформляя договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.</p> <p>Использовать информационнокоммуникативные технологии для осуществления поиска информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития, ориентируясь в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>

1.2. Система контроля и оценки освоения программы профессионального модуля

1.2.1. Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля

<i>Элемент модуля</i>	<i>Формы промежуточной аттестации</i>
МДК 05.01,	дифференцированный зачет
УП.02	дифференцированный зачет
ПП.02	дифференцированный зачет
ПМ	Экзамен квалификационный

1.2.2. Этапы организации контроля и оценки освоения программы профессионального модуля

1 этап:

- проведение дифференцированного зачета по МДК 05.01,
- проведение дифференцированных зачетов по учебной и производственной практике УП.05. и ПП.05

2 этап:

- проведение дифференцированного зачета по профессиональному модулю в форме выполнения практико-ориентированного задания

3 этап:

- принятие решения комиссией об освоении студентом модуля, фиксация итоговой оценки по модулю.

4

2. Комплект экзаменационных материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности ПМ.05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный специальности: 42.02.01 «Реклама»

Задание для оценки сформированности:

ПК 5.1. Организационная деятельность по работе с заказчиком

ПК 5.2. Размещение и сопровождение заказа

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

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

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

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

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

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

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Показатели оценки защиты курсовой работы (проекта)

3.1. Типовые задания для оценки освоения МДК

3.3.1. Типовые задания для оценки освоения МДК.05.01. Организация деятельности рекламного агента

Задание 1. Деловая игра Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.2. Основы работы рекламного агента Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ПК-5.2, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 9

Текст задания:

Деловая игра «Взаимодействие «клиент-агент»

Концепция игры Группа делится на две подгруппы. Каждому студенту присуждается поочередно роль то клиента, то рекламного агента. Обыгрываются разные деловые сценарии.

Роли: - клиент, - агент.

Ожидаемый результат: усвоение изученной программы

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий коммуникативный уровень при взаимодействии с клиентом\агентом, с достоинством обыграл проблемные ситуации, сумел продать свои услуги;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он достойно отработал предложенный сценарий с небольшими недочетами:
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, чтобы продать продукт\услугу;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, демонстрировал пассивное отношение к ситуации.

Задание 2. Групповое творческое задание

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины:

Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 10, ОК 11

Текст задания:

Отработка методов поиска клиентов

Вариант 1

Сделать обзор всех тендерных рекламных площадок.

Рассказать о плюсах и минусах

Вариант 2

Сделать обзор всех freelance-площадок. Рассказать о плюсах и минусах.

Критерии выставления оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если результативность его работы составила 50 и более процентов;
- оценка «не зачтено» выставляется, если результативность его работы составила 49 и менее процентов.

Задание 3. Индивидуальное творческое задание

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемые компетенции: ПК-5.2, ОК 6, ОК 7

Текст задания:

Закрепление принципов формирования прайса рекламного продукта

Вариант 1 Сделать прайс согласно предоставленным ценовым данным для ВТЛ агентства.

Вариант 2 Сделать прайс согласно предоставленным ценовым данным для медиаагентства.

Критерии выставления оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если результативность его работы составила 50 и более процентов;
- оценка «не зачтено» выставляется, если результативность его работы составила 49 и менее процентов.

Задание 4. Дискуссия

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины:

Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ПК-5.2, ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 10, ОК 11

Текст задания:

Дискуссия, полемика, диспут, дебаты

Перечень дискуссионных тем для круглого стола (полемики, диспута, дебатов):

1. Тенденции к планированию работы отделов продаж в рекламных агентствах.
2. Основные качества аккаунт-менеджеров.
3. Методы рекрутинга рекламных агентов.
4. Вторичная продажа рекламного продукта: стоит ли пробовать.
5. Основные преграды при совершении холодных звонков.

Критерии выставления оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий коммуникативный уровень, с достоинством обыграл проблемные ситуации, сумел продать свои услуги; оценка «хорошо» выставляется студенту, если он достойно отработал

предложенный сценарий с небольшими недочетами:

оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, чтобы продать продукт\услугу;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, демонстрировал пассивное отношение к ситуации.

Задание 5. Индивидуальное творческое задание

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины:

Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 9.

Текст задания:

Индивидуальные творческие задания (проекты):

1. Правила для успешной e-mail рассылки.
2. Личное позиционирование агента (офлайн и онлайн-приемы).

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий коммуникативный уровень, с достоинством обыграл проблемные ситуации, сумел выполнить задание на профессиональном уровне;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он достойно отработал предложенную ситуацию с небольшими недочетами:
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, чтобы продать продукт\услугу агентства;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, демонстрировал пассивное отношение к ситуации.

Задание 6. Деловая игра

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины:

Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ПК-5.2, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 9.

Текст задания:

Деловые ситуации

1. «Трудный клиент»
2. «Переговоры с клиентом»
3. «Обучение агентов»

4. Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий коммуникативный уровень, с достоинством обыграл проблемные ситуации, сумел выполнить задание на профессиональном уровне;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он достойно отработал предложенную ситуацию с небольшими недочетами:
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, чтобы продать продукт\услугу агентства;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, демонстрировал пассивное отношение к ситуации.

Задание 7. Эссе

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины:

Проверяемые компетенции: ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 10, ОК 11

Текст задания:

Подготовить эссе на одну из предложенных тем:

1. Идеальная структура отдела продаж.
2. Особенности составления коммерческих предложений.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задания подготовлены своевременно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задания подготовлены своевременно, но не в полной мере соответствуют требованиям;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задания не в полной мере соответствуют требованиям и выполнены несвоевременно
- оценка «неудовлетворительно», если студент не выполнил задания.

3. Контроль приобретения практического опыта. Оценка по учебной и (или) производственной практике

4.1. Общие положения

Производственная практика

Цели производственной практики:

формирование у обучающихся практических умений;

приобретение практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля ПМ 05; формирование у студентов представления о принципах работы рекламного агента.

Целью оценки по учебной и производственной практике является оценка:

1) профессиональных и общих компетенций; 2) практического опыта и умений.

Оценка по учебной и (или) производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося/студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

5. Контрольно-оценочные материалы для экзамена квалификационного

5.1. Паспорт

Назначение:

КОСы предназначены для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Агент рекламный)

(наименование модуля)

по специальности СПО: 42.02.01 «Реклама»

(код, название специальности)

Форма проведения экзамена квалификационного

Экзамен проводится в виде устного опроса по заранее подготовленным билетам *(перечисляются все виды заданий или этапы, входящие в экзамен квалификационный)*

5.2. Задание для экзаменуемого

Вариант № 1

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 2, ОК 4, ОК 5

Инструкция: Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя.

Билет 1

1. Специфика работы рекламного агента.
2. Распределение обязанностей в отделе продаж. Роль и задачи каждого сотрудника.

Вариант № 2

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 7, ОК 9

Инструкция: Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя.

Билет 2

1. Понятие продающего письма. Его основные элементы.
2. Понятие холодных звонков.

Вариант № 3

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя Билет 3

1. Виды и методы рекламных продаж.
2. Принципы работы с клиентами.

Вариант № 4

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 4, ОК 7, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя Билет 4

1. Методы поиска клиентов.
2. Личное позиционирование агента (офлайн и онлайн-приемы).

Иметь практический опыт	Виды и объем работ на учебной практике, требования к их выполнению и/ или условия выполнения	Документ, подтверждающий качество выполнения работ
Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
Составление и оформление простых текстов рекламных объявлений	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Нормативные акты

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 "О защите прав потребителей"
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе"

Основные источники:

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/osnovy-reklamy-426478

Дополнительные источники:

3. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы: учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2019. - 240 с. - (ПРОФИль). - ISBN 978-5-98281-271-1. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009460> (дата обращения: 21.02.2021). - Текст: электронный. – Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы

1. www.koob.ru
2. www.psychology.ru
3. <http://azps.ru/training/index.html>
4. <http://www.testkub.ru/>
5. <https://www.psyinst.ru/library.php>
6. Официальный сайт информационной справочно-правовой системы Консультант Плюс -[http:// www.consultant.ru/](http://www.consultant.ru/)
7. Официальный сайт информационной справочно-правовой системы Гарант - <http://www.garant.ru/>
8. Официальный сайт Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации -[http:// www.ombudsmanrf.ru/](http://www.ombudsmanrf.ru/);
9. Официальный сайт Государственной Думы Российской Федерации - <http://www.duma.gov.ru/>
10. Официальный сайт Президента РФ - [http:// www.president.kremlin.ru/](http://www.president.kremlin.ru/)
11. Официальный сайт Правительства РФ - [http:// www.government.gov.ru/](http://www.government.gov.ru/)
12. Официальный сайт Конституционного Суда РФ- [http:// www.ks.rfnet.ru/](http://www.ks.rfnet.ru/)
13. Официальный сайт Верховного Суда РФ - [http:// www.supcourt.ru/](http://www.supcourt.ru/)
14. Официальный сайт Генеральной прокуратуры РФ -[http:// www.genproc.gov.ru/](http://www.genproc.gov.ru/)
15. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека - [http:// www.rospotrebnadzor.ru/](http://www.rospotrebnadzor.ru/)
16. Официальный сайт Государственной регистрационной палаты при Министерстве юстиции РФ - [http:// www.palata.ru/](http://www.palata.ru/)
17. Время рекламы: каталог СМИ России <http://advtime.ru>
18. Рекламные идеи: о брендинге и креативе <http://www.advi.ru>
19. Состав: портал о рекламе и PR <http://www.sostav.ru>
20. Advertology: наука о рекламе <http://www.advertology.ru>
21. AdVesti: сайт, посвященный рекламодателям <http://www.advesti.ru>
22. Media-online: все о рекламе <http://www.media-online.ru>
23. RWR. Реклама в России <http://www.rwr.ru>
24. Shturmuy.ru. - портал о рекламе (УрФО) <http://www.shturmuy.ru>
25. АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) <http://www.akarussia.ru/>
26. Ассоциация рекламодателей <http://www.assadv.ru/>
27. Национальная рекламная ассоциация <http://www.rosnra.ru/>
28. РФР (Ассоциация Рекламная Федерация Регионов) <http://www.rfr.ru/>
29. РАСО (Российская ассоциация по связям с общественностью) <http://www.raso.ru/>
30. Технологии брендинга www.allbranding.ru
31. Русбренд (содружество производителей торговых марок) <http://www.rusbrand.com/>
32. Аналитический Центр Видео Интернешнл <http://www.acvi.ru/>
33. Comcon <http://www.comcon-2.ru/>
34. TNS www.tns-global.ru
35. Adme. Креативная реклама <http://www.adme.ru>

1.