



**МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Ю. ВИТТЕ**

---

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

Специальность:

**42.02.01 Реклама**

**2021 г.**

## СОДЕРЖАНИЕ

### 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

*В настоящей типовой программе используются следующие сокращения:*

**СПО** - среднее профессиональное образование;

**ФГОС СПО** - федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

**ОУ** - образовательное учреждение;

**ОПОП** - основная профессиональная образовательная программа по специальности;

**ВПД** - вид профессиональной деятельности;

**ОК** - общая компетенция;

**ПК** - профессиональная компетенция;

**ПМ** - профессиональный модуль;

**МДК**- междисциплинарный курс.

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама, в части освоения основного вида профессиональной деятельности **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных и общих компетенций:**

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.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

### **1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

ОЧНАЯ ФОРМА

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося в том числе консультации			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1- 1.5 ОК 1-11	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	180	116	36	-	64	-	-	-
	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	108	72	34	-	36	-	-	-
	Учебная практика	36						36	
	Производственная практика (по профилю специальности)	72							72
	<b>Всего:</b>	<b>396</b>	<b>188</b>	<b>70</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>72</b>

ЗАОЧНАЯ ФОРМА

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося в том числе консультации			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1- 1.5 ОК 1-11	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	180	30	16		150	-	-	-
	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	108	8	4		100	-	-	-
	Учебная практика	36						36	
	Производственная практика (по профилю специальности)	72							72
	<b>Всего:</b>	<b>396</b>	<b>38</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>250</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>72</b>

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем Часов Очная форма	Объем Часов Заочная форма
1	2	3	4
<b>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</b>			
<b>Модуль 1. Основы проектирования рекламного продукта</b>			
<b>Тема 1.1. Основы проектирования рекламного продукта</b>	<b>Содержание</b>	16	4
	Реклама. Рекламный дизайн. Изобразительные средства отображения в дизайне. Композиция. Золотое сечение. Колористика. Орнамент. Абстрактные композиции на модульной основе. Визуальные иллюзии в графическом дизайне. Шрифт. Графема, гарнитура. Элементы шрифта. Перспектива как художественный прием. Эскизирование. Стилизация. Принципы получения стилизованного изображения. Применение. Стилизация в знаке. Корпоративный стиль. Логотип. Торговая марка. Плакат. Рекламный плакат		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	8	2
	Создание композиции из геометрических фигур с использованием золотого сечения Создание ассоциативных композиций Создание линейного орнамента Создание абстрактных композиций на основе геометрических элементов Создание серии типографических композиций с использованием выбранной гарнитуры Графическая стилизация природных форм (линия, пятно и линия,		

	орнамент) Разработка логотипа Разработка рекламного плаката		
<b>Модуль 2. Фирменный стиль</b>			
<b>Тема 2.1 Фирменный стиль</b>	<b>Содержание</b>	16	
	Фирменный стиль. Значение фирменного стиля как вида рекламы. Понятие бренда. Основные носители фирменного стиля. Маркетинговые материалы. Сувенирная продукция. POS-материалы. Роль коммуникаций на местах продаж в общей системе продвижения товара. Презентации и сопроводительные документы		4
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практические занятия</b>	8	
	Разработка фирменной визитки Разработка фирменного блока: папка, бланк, конверт Создание фирменного рекламного буклета Разработка воблера и шелфтокера Разработка рекламного дисплея Разработка эскизов для рекламного каталога		2
<b>Модуль 3. Упаковка как вид рекламной продукции</b>			
<b>Тема 3.1 Упаковка как вид рекламной продукции</b>	<b>Содержание</b>	16	
	Упаковка как вид рекламной продукции. Особенности промоупаковки. Дополнительная коммуникация на упаковке. Эксклюзивная упаковка с ложементом		4
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	8	2
	Разработка промоупаковки		
<b>Модуль 4. Наружная реклама</b>			
<b>Тема 4.1</b>	<b>Содержание</b>	16	



<b>Наружная реклама</b>	Особенности наружной рекламы. Проектирование рекламных конструкций. Уличная реклама . Транзитная реклама. Световые конструкции		2
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	6	2
	Разработка дизайн-проекта уличной рекламы на различных носителях		
<b>Модуль 5. Оформление торгового пространства</b>			
<b>Тема 5.1 Оформление торгового пространства</b>	<b>Содержание</b>	14	2
	Оформление торгового пространства и торговых зон, витрин. Рекламные вывески. Торговые дисплеи. Ростовые фигуры, тотемы. Промостойки. Оформление витрин		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	6	
	Разработка рекламной вывески Разработка торгового дисплея Разработка промостойки Разработка дизайн-проекта витрины магазина		
	Консультации	2	2
<b>Итоговая форма контроля</b>		экзамен	экзамен
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ</b>		64	150
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработать декоративный шрифт (алфавит) (на основе исторической классификации, создание выбранного образа или соответствие выбранной теме).</li> <li>2. Выполнить зарисовки знаков-символов для предметно-пространственной среды</li> <li>3. Разработка рекламной листовки</li> <li>4. Разработка рекламного плаката на социальную тему</li> <li>5. Разработка сувенирной продукции</li> <li>6. Создание тестер-холдера</li> <li>7. Разработка эксклюзивной подарочной упаковки</li> <li>8. Реферат на тему: «Разработка рекламы на транспорте»</li> <li>9. Разработка дизайн-проекта прикассовой зоны магазина</li> </ol>			

<b>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>		108	108
<b>Модуль 1. Основы разработки творческой концепции</b>			
<b>Тема 1.1. Основы разработки творческой концепции</b>	<b>Содержание</b>	12	
	Визуальная культура и визуальное мышление. Теория восприятия картинной плоскости. Визуальные иллюзии. Композиции на статику и динамику. Этапы творческого процесса создания рекламного продукта. Проектная деятельность в дизайне. Этапы проектирования. Эргономика и антропометрия. Композиция рекламного сообщения. Жанры рекламы. Психология восприятия рекламного продукта. История стилей. Стилевая классификация. Цвет в рекламе		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	12	
	Выполнить беспредметные композиции на организацию плоскости листа (использовать точки, линии, пятна). Составить композиции с заданной характеристикой (плоскость, пространство, объем и др.). Графическое решение. Выполнить композиции на статику и динамику с использованием геометрических фигур. Выполнить зарисовки невозможных объектов (из истории визуальных иллюзий). Разработать и выполнить изображение буквицы (в выбранном историческом стиле).		
<b>Модуль 2. Рекламное обращение</b>			
<b>Тема 2.1. Рекламное обращение: виды, формы и правила создания</b>	<b>Содержание</b>	6	
	Рекламный продукт. Рекламное обращение и его виды. Структура и композиция рекламного сообщения. Язык рекламы. Выразительные средства речи. Речевое воздействие в рекламе. Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания		

	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	6	
	Разработка слогана для компании (по выбору) Разработка названий для группы товаров (по выбору) Разработка рекламного объявления		
<b>Тема 2.2. Семиотика и стилистика рекламы</b>	<b>Содержание</b>	6	
	Семиотика рекламы. Стилистика рекламы. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы Копирайтинг.		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	6	
	Семиотический анализ рекламного продукта		
<b>Модуль 3. Технология и творческое производство рекламной продукции</b>			
<b>Тема 3.1. Проектирование и технологии производства рекламного продукта</b>	<b>Содержание</b>	2	2
	Проектирование рекламной кампании, создание концепции рекламного обращения Креатив в рекламе Художественный и компьютерный дизайн в рекламе Режиссура рекламы Теория и практика фоторекламы Основы операторского искусства и сценарного мастерства		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	2	2
	Создание печатной креативной рекламы		
<b>Тема 3.2. Технологии производства рекламной продукции в печатных средствах массовой информации</b>	<b>Содержание</b>	2	2
	Технология и планирование печатного производства. Типография. Способы типографского набора. Печать. Подготовка материалов для издания. Выбор бумаги		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	2	

	Разработка рекламного объявления в журнале Разработка рекламных модулей в рекламном каталоге		
<b>Тема 3.3. Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации</b>	<b>Содержание</b>	4	2
	Создание телевизионной рекламы и кинорекламы. Производство радиорекламы. Производство рекламного продукта для сети интернет		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	2	2
	Разработка сценария и раскадровка рекламного ролика Разработка анимированной баннерной рекламы		
<b>Тема 3.4. Объемно- пространственные рекламные конструкции</b>	<b>Содержание</b>	6	2
	Объемно-пространственные рекламные конструкции. Рекламные композиции в пространстве города. Воздействие наружной рекламы. Световая реклама и светотехника. Экспозиционно-рекламные комплексы, их роль и задачи. Последовательность процесса создания экспозиции. Приемы режиссуры пространства, реализации идеи и творческого замысла. Методы организации пространства		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>	4	
	Анализ аналогов нестандартных рекламных установок Эскиз макета нестандартной рекламной установки Работа над авторским проектом экспозиции		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ</b>		36	96
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Выполнить творческий проект на тему «Этапы творческого процесса создания рекламного продукта»</li> <li>2. Провести анализ структуры образцов печатной рекламы, предложенных преподавателем</li> <li>3. Разработайте рекламную стратегию для конкретного товара</li> <li>4. Выполнить несколько эскизов печатной рекламы</li> <li>5. Пользуясь основными правилами составления текстов, напишите текст рекламного сообщения о вашем ВУЗе для местной газеты.</li> <li>6. Создание фоторекламы с использованием компьютерной графики</li> </ol>			

	<p>7. Создание нетрадиционного средства для доставки рекламного сообщения, убеждающего людей бросить курить, пить и мусорить.</p> <p>8. Создание рекламного радиообращения для товара и услуги, воспользовавшись темой рекламной кампании в печати.</p> <p>9. Рефераты на темы: «Развитие наружной рекламы в России»; «Реклама на транспорте: основные направления ее развития»; «Создание брендмауэров», «Создание эффективного рекламного продукта», «Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы»</p>		
<b>Дифференцированный зачет</b>			
<p><b>Учебная практика</b>  <b>Виды работ:</b>          Выбор художественной формы реализации рекламной идей          Создание визуального образа с рекламными функциями          Художественное конструирование рекламных продуктов по заданию</p>		36	36
<p><b>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</b>  <b>Виды работ:</b>          Осуществлять поиск рекламных идей.          Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.          Разрабатывать авторские дизайнерские проекты.          Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.          Создавать визуальные образы с рекламными функциями.</p>		72	72
	<b>Всего</b>	396	396

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: «Проектирование рекламного продукта», «Шрифтовой и художественной графики»; лаборатории «Компьютерного дизайна», «Разработка компьютерной графики и видеомонтажа».

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- технические средства обучения: мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки.
- наглядные пособия

Помещение для самостоятельной работы:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- компьютеры с установленным лицензионным ПО:

Acrobat Reader DC (Свободное ПО);  
Chrome (Бесплатное ПО);  
Flash Player (Свободное ПО);  
Java (Бесплатное ПО);  
K-Lite Codec Pack (Бесплатное ПО);  
media player (Бесплатное ПО);  
WinRar (Сетевая лицензия);  
Антивирус Касперского (Сетевые лицензии)  
Справочная правовая система «Консультант Плюс»

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники:**

1. Нагаева, И. А. Основы web-дизайна. Методика проектирования: учебное пособие: [12+] / И. А. Нагаева, А. Б. Фролов, И. А. Кузнецов. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 237 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602208>
2. Щепилова, Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 473 с.

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663>

#### **Дополнительные источники:**

1. Антипов, К. В. Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 326 с.: ил. – Режим доступа: по подписке.

– URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332>

2. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник: [16+] / Л. Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329>

#### **Базы данных и/или Интернет-ресурсы:**

1. <http://akot.rosmintrud.ru/> Единая общероссийская справочно-информационная система по охране труда

2. <http://www.edu.ru/> Библиотека федерального портала «РОССИЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ»

3. <http://www.consultant.ru> Справочная правовая система «Консультант Плюс»

#### **Официальные, справочно-библиографические и периодические издания:**

1. Реклама. Теория и практика: журнал/гл. ред. Пирогова Ю.К.; учред. ООО "Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга. - М.: ООО "Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга, 2020. - № 1-4, 2021. - № 1-2

2. Российская газета: общественно-политическая газета / гл. ред. В.А. Фронин; учред. Правительство Российской Федерации. - М.: Российская газета, 2021

3. Российская газета - Неделя: общественно-политическая газета / гл. ред. В.А. Фронин; учред. Правительство Российской Федерации. - М.: Российская газета, 2020, 2021

4. Среднее профессиональное образование: ежемесячный теоретический и научно-методический журнал/гл. ред. А.А. Скамницкий/ООО "АЛМАКС", Москва/2020. - № 1-12, 2021. - № 1-8

5. Вузовский Вестник: российская информационно-аналитическая газета ректоров, проректоров, преподавателей, аспирантов, студентов, абитуриентов / гл.ред. Андрей Шолохов; учред..ООО "ЮниВестМедиа".- М.:ООО "ЮниВестМедиа", 2020, 2021

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований. В процессе обучения используются активные и интерактивные методы проведения занятий:

«мозговой штурм» и т.д.

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– имеет представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности - создании рекламного продукта;</li> <li>– знает виды рекламного продукта;</li> <li>– знает психологию восприятия рекламного продукта;</li> <li>– понимает сущность рекламной концепции и рекламной идеи;</li> <li>– использует методы активации поиска идей</li> </ul>	<p><i>Текущий контроль в форме:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>экспертной оценки на практическом занятии;</i></li> <li>– <i>защиты практических работ;</i></li> <li>– <i>тестирования</i></li> <li>– <i>зачетов по разделам;</i></li> <li>– <i>экспертной оценки результатов самостоятельной</i></li> </ul>



<p>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– имеет представление о видах художественной графики;</li> <li>– знает приемы и средства композиционной организации;</li> <li>– знает приемы и способы создания рекламного образа;</li> <li>– знает изобразительные средства рекламы;</li> <li>– выполняет эскизы «от руки» и с помощью компьютерных графических программ, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign;</li> <li>– использует выразительные возможности шрифтового изображения;</li> <li>– использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта</li> </ul>	<p><i>подготовки студентов</i>  <i>Зачеты по производственной практике и разделам профессионального модуля.</i>  <i>Экспертная оценка действия на практике, анализа (самоанализа) деятельности, решения конкретных ситуаций в период производственной практики.</i>  <i>Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.</i></p>
<p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знает основные этапы выполнения рекламного проекта;</li> <li>– проводит предпроектное исследование;</li> <li>– разрабатывает дизайн-концепцию;</li> <li>– разрабатывает композиционно-пластические решения;</li> <li>– обосновывает идею проекта</li> </ul>	
<p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– имеет представление о профессиональном</li> </ul>	

рекламных объявлений	<p>языке;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– знает структуру рекламного текста;</li> <li>– знает принципы создания рекламного текста;</li> <li>– составляет и оформляет тексты рекламных объявлений</li> </ul>	
ПК 1.5. Составлять визуальные образы с рекламными функциями	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знает приемы и способы создания рекламного образа;</li> <li>– использует различные способы при создании визуальных рекламных образов</li> </ul>	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	<ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрация интереса к будущей профессии;</li> <li>– участие в работе научно-студенческих обществ,</li> <li>– выступления на научно-практических конференциях,</li> <li>– участие во внеурочное деятельности, связанной с будущей профессией /специальностью (конкурсы профессионального мастерства, выставки и т.п.)</li> <li>– высокие показатели производственной деятельности</li> </ul>	<p><i>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на практических занятиях (при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх; при подготовке и участии в семинарах, при подготовке</li> </ul>

<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает суть профессиональных задач;</li> <li>– выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач;</li> <li>– умеет формулировать цель и задачи предстоящей профессиональной деятельности;</li> <li>– умеет представить конечный результат деятельности в полном объеме;</li> <li>– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества</li> </ul>	<p><i>докладов и т.д.)</i>  - при выполнении работ на различных этапах производственной практики при проведении зачетов, экзаменов по междисциплинарным курсам, экзамена (квалифицированного по модулю)</p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– анализ профессиональных ситуаций;</li> <li>– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области рекламной деятельности</li> </ul>	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– эффективный поиск необходимой информации;</li> <li>– использование различных источников информации, включая электронные</li> </ul>	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает области применения различных компьютерных программ;</li> </ul>	

<p>профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– владеет элементарными компьютерными навыками;</li> <li>– работает с информационными справочно-правовыми системами</li> <li>– выбирает компьютерную программу в соответствие с решаемой задачей</li> <li>– использует ПО для решения профессиональных задач;</li> <li>– пользуется электронной почтой, ресурсами локальных и глобальных информационных сетей</li> </ul>	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– взаимодействие: с обучающимися при проведении деловых игр, выполнении коллективных заданий (проектов); с преподавателями, мастерами в ходе обучения; с потребителями и коллегами в ходе производственной практики</li> </ul>	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проявление ответственности за работу подчиненных и результат выполнения заданий</li> </ul>	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий</li> </ul>	

осознанно планировать повышение квалификации	(проектов), – ответственность за результат выполнения заданий.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	– изучение и анализ инноваций в области рекламы
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; – участие в научно-исследовательском обществе с дальнейшей возможностью практического применения результатов исследований.

### Фонды оценочных средств.

#### МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта.

Вопросы к экзамену.

1. Классификация рекламных средств.
2. Фирменный стиль. Основные определения.
3. Основные профессии в рекламе. Состав рекламного агентства.
4. Основные принципы создания фирменного стиля.
5. Составляющие фирменного стиля.
6. Графический товарный знак – логотип. Основные типы и принципы разработки.
7. Требования к оригинал-макету логотипа.
8. Цветовые модели CMYK и RGB.
9. Роль фирменного сочетания цветов.

10. Шрифт как элемент дизайна. Фирменный шрифт.
11. Схема верстки как элемент фирменного стиля.
12. Модульные сетки и их применение в полиграфическом дизайне.
13. Брэндбук. Область применения и структура.
14. Основные способы тиражирования печатной рекламы.
15. Оригинал-макет. Определение, основные требования.
16. Сувенирная продукция как элемент фирменного стиля. Виды сувенирной продукции.
17. Основы производства сувенирной продукции. Требования к оригинал-макетам для 18. 18. Требования к оригинал-макету рекламного продукта.
19. Наружная реклама. Виды и формы.
20. Правовая охрана товарного знака.
21. Психологические аспекты воздействия цвета в рекламе.
22. Фирменный стиль и бренд. Роль фирменного стиля в формировании бренда.
23. Рекламный плакат. Его основные составляющие и требования к разработке.
24. Принципы плакатного дизайна.
25. Социальная реклама. Ее виды, задачи, цели и формы.
26. Рекламная листовка. Область применения, основные форматы, требования к оригинал-макетам.
27. Этапы разработки логотипа.
28. Виды наружной рекламы.
29. Социальная реклама как самостоятельный вид современной коммуникации.
30. Рекламного плакат в ряду печатной рекламы. Требования к оригинал-макетам плаката.

## **МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта.**

### **Варианты по дифференцированному зачету:**

#### **1 вариант.**

1. Классификация рекламы и основных средств распространения рекламы на примере Комсомольского-на-Амуре рынка рекламы.
2. Реклама товаров промышленного назначения: разработка формы и содержания (на примере местного рекламного рынка).

#### **2 вариант.**

1. Реклама в СМИ: значение, виды, творческий подход, требования эффективности. Опыт работы местных СМИ на рекламном рынке.

2. Перспективные направления рекламной деятельности: мировой опыт и отечественная практика.

**3 вариант.**

1. Различия индивидуального и массового восприятия. Имидж и стереотипы в рекламе.

2. Особенности регулирования наружной рекламы в городе (на примере местного рынка).

**4 вариант.**

1. Этапы разработки дизайна в рекламе (на примере любого рекламного продукта).

2. Креативная стратегия рекламной кампании (на примере местного рекламного рынка).

**5 вариант.**

1. Выбор способа печати, шрифтов, бумаги для рекламного материала.

2. Анализ рекламных слоганов в российской и зарубежной рекламе.

**6 вариант.**

1. Технология разработки рекламного продукта по выбору студента (на примере местного рекламного рынка).

2. Директ-маркетинг и директ-мейл: зарубежный опыт и отечественная практика.

**7 вариант.**

1. Слоган. Его характеристики. Механизмы воздействия слоганов на потребителя (примеры из отечественной рекламы).

2. Товарные знаки: создание, психология, восприятие, роль в стимулировании сбыта. «Паблик- рилейшнз».

**8 вариант.**

1. Художник-дизайнер, художник-оформитель, художник-иллюстратор и их функции в рекламе

2. Роль маркетинговых исследований в эффективности рекламы.

Исследование рынка наружной рекламы.

**9 вариант.**

1. Интересные примеры имиджевой стратегии рекламной кампании в России.

2. Речевые ошибки современной рекламы (примеры из местных СМИ).

**10 вариант.**

1. Реклама и ценностные ориентации: влияние рекламной коммуникации на массовое сознание.
2. Особенности молодежной рекламы (на примере местного рынка рекламы).



**ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

<p>На основании решения заседания педагогического Совета колледжа Протокол № 6 от 18.02.21 внесены следующие изменения:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• актуализированы задания студентам для самостоятельной работы и перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации;</li><li>• уточнен список основной и дополнительной литературы, указаны источники, содержащиеся в ЭБС Университета.</li></ul>	<p>Председатель ПЦК</p>
--	-----------------------------

# МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## **Методические рекомендации при подготовке к теоретическим занятиям**

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции.

В ходе теоретических занятий преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации и указания на самостоятельную работу.

В ходе теоретических занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

### **Контроль ведения конспекта лекций**

1. Конспект лекций студента должен вестись в отдельной тетради с количеством страниц, рекомендованном ведущим лектором. На обороте титульного листа тетрадь с конспектом лекций должна содержать подписи:

- фамилия и инициалы студента;
- номер группы;
- ФИО ведущих предмет преподавателей.

2. В начале каждой лекции студент должен записать тему и перечень рассматриваемых вопросов, а также перечень рекомендуемой литературы (при условии, что они оговариваются лектором).

3. При записи содержания лекции следует применять минимум сокращений, желательно общеупотребимых. Студентом может быть разработана своя система сокращений, с выносом ее в конце конспекта для пояснения.

4. Табличный, графический, цифровой материал должен быть точно перенесен в конспект с доски (проектора) без искажений динамики зависимостей и обозначений формул, а также значений результатов расчетов.

5. Тетрадь с конспектом должна содержать полный объем прочитанного материала лекций по их количеству и полноте изложения, включая материал для самостоятельного изучения и конспектирования

Записи должны быть сделаны аккуратным почерком, разборчиво.

### **Методические рекомендации при проведении практических занятий**

Практические занятия необходимы для закрепления изученного теоретического материала, контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине или профессиональному модулю.

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу, обращая внимание на практическое применение теории и на методику решения типовых задач. Логическая связь теоретических и практических занятий заключается в том, что информация, полученная на теоретических занятиях, в процессе самостоятельной работы на практическом занятии осмысливается и перерабатывается, при помощи преподавателя анализируется, после чего усваивается.

### **Методические рекомендации студентам для самостоятельной работы**

Самостоятельная работа - это планируемая работа студентов, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций, среди которых особенно выделяются:

- ✓ развивающая (повышение культуры умственного труда, приобщение к творческим видам деятельности, обогащение интеллектуальных способностей студентов);
- ✓ ориентирующая и стимулирующая (процессу обучения придается ускорение и мотивация);
- ✓ воспитательная (формируются и развиваются профессиональные качества специалиста);
- ✓ исследовательская (новый уровень профессионально-творческого мышления);
- ✓ информационно-обучающая (учебная деятельность студентов на аудиторных занятиях).

Целью самостоятельных занятий является самостоятельное более глубокое изучение студентами отдельных вопросов курса с использованием рекомендуемой дополнительной литературы и других информационных источников.

Задачами самостоятельной работы студентов являются:

- ✓ систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- ✓ углубление и расширение теоретических знаний;
- ✓ формирование умения использовать справочную литературу;
- ✓ развитие познавательных способностей и активности студентов:

творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и

организованности;

Внеаудиторная самостоятельная работа включает такие формы работы, как:

Индивидуальные занятия (домашние занятия):

- ✓ изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции);
- ✓ изучение рекомендуемых литературных источников;
- ✓ конспектирование источников;
- ✓ выполнение контрольных работ;
- ✓ работа со словарями и справочниками;
- ✓ использование аудио- и видеозаписи;
- ✓ работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet;
- ✓ составление плана и тезисов ответа на лекции;
- ✓ составление схем, таблиц, для систематизации учебного материала;
- ✓ выполнение тестовых заданий;
- ✓ решение задач;
- ✓ подготовка презентаций;
- ✓ ответы на контрольные вопросы;
- ✓ аннотирование, реферирование, рецензирование текста;
- ✓ написание эссе, тезисов, докладов, рефератов;
- ✓ составление глоссария, кроссворда по темам дисциплины;
- ✓ работа с компьютерными программами;
- ✓ подготовка к дифференцированному зачету.

Групповая самостоятельная работа студентов:

- ✓ подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, деловые игры);
- ✓ анализ деловых ситуаций (мини-кейсов) и др;
- ✓ участие в Интернет - конференциях.

Получение консультаций для разъяснений по вопросам изучаемой дисциплины .

Но наиболее часто при изучении дисциплины используются следующие виды самостоятельной работы студентов:

- ✓ поиск (подбор) литературы (в том числе электронных источников информации) по заданной теме;
- ✓ подготовка рефератов;
- ✓ подготовка докладов.

Реферат - форма письменной работы. Как правило, реферат является

самостоятельным библиографическим исследованием студента, носящим описательно-аналитический характер. Объем реферата может достигать 10-15 страниц. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение. Цель написания реферата - привитие навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

Работа студента над рефератом включает следующие операции:

- ✓ уяснение сути темы (по её названию);
- ✓ выявление литературных источников по данной теме;
- ✓ ознакомление с содержанием источников, направленным на осмысление его внешней и внутренней структуры;
- ✓ работа над выделением главных смысловых компонентов текста (ключевых слов и предложений);
- ✓ отбор наиболее важных сведений из выделенных фрагментов;
- ✓ составление «связок» из отобранного материала в соответствии с логикой изложения фактов;
- ✓ написание реферата.
- ✓ Реферат в структурном отношении должен включать:
- ✓ заголовочную часть (введение);
- ✓ собственно реферативную часть (изложение основных положений по плану с соответствующими названиями и нумерацией);
- ✓ заключительную часть (выводы);
- ✓ справочную часть (список использованной литературы);
- ✓ оглавление (содержание).

Текст реферата должен иметь связанное, цельное построение. Содержание реферата должна пронизывать главная идея, которая объединяет все информационные элементы источников, а также приводимые факты. При этом допускается сохранение отдельных структурных элементов оригинала. Однако не допустимо простое переписывание положения литературных источников. Язык должен быть кратким, ясным, доступным.

Оформление реферата должно быть выполнено машинописным способом в соответствии со следующими требованиями: **печатный шрифт** – TimesNewRoman, кегль (размер) 14; **листы бумаги** – формата А4, все страницы должны быть пронумерованы, с размером полей по 2 см; **междустрочный интервал** – полуторный; **абзац** – с отступом первой строки 1,25 см; **текст** – должен быть **выровнен по ширине** и **структурирован** по главам (разделам,

параграфам), сопровождаться ссылками на источники при использовании прямых (в кавычках) цитат и фрагментов опубликованных текстов, т.е. на такое использование источников должно быть явным образом указано в сносках или за текстовом списке литературы в соответствии с требованиями ГОСТа.

**Реферат оценивается исходя из следующих критериев:**

- ✓ поставлена ли цель в работе;
- ✓ сумел ли студент самостоятельно составить логический план к теме и реализовать его;
- ✓ каков научный уровень реферата;
- ✓ собран ли достаточный фактический материал;
- ✓ удалось ли раскрыть тему;
- ✓ показана ли связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, со специальностью студента;
- ✓ каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала, в составлении заключения;
- ✓ достигнута ли цель работы.

Тематика рефератов приводятся в рамках тем лекционных занятий. Возможно написание реферата по теме, предложенной самим студентом (по согласованию с преподавателем). Реферат на занятиях (научно-практических конференциях) может быть представлен в виде доклада.

Реферат должен быть выполнен за один месяц до начала экзаменационной сессии. Студенты, не представившие в установленный срок реферат, либо получившие оценку «неудовлетворительно», к сдаче экзамена не допускаются.

Углубленному изучению материала по отдельным разделам дисциплины способствует подготовка студентами докладов. Доклад - это самостоятельная работа, анализирующая и обобщающая публикации по заданной тематике, предполагающая выработку и обоснование собственной позиции автора в отношении рассматриваемых вопросов. Подготовка доклада - достаточно кропотливый труд. Его написанию предшествует изучение широкого круга экономических первоисточников, монографий, статей, обобщение личных наблюдений. Работа над докладом способствует развитию самостоятельного, творческого мышления, учит применять экономические знания на практике при анализе актуальных социальных и правовых проблем. Рекомендуемое время доклада - 10-12 минут.

Непременным условием закрепления теоретических и практических знаний студентов является выполнение ими домашних заданий. Одним из

основных видов деятельности студента является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение заданий преподавателя.

### **Методические рекомендации студентам по изучению рекомендованной литературы**

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины ил. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на консультациях неясные вопросы;
- при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины ил, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа, расположенной по электронному адресу <https://online.muiiv.ru/>, где они имеют возможность получить доступ к учебно-методическим материалам как библиотеки ВУЗа, так и иных электронных библиотечных систем. В свою очередь, студенты могут взять на дом необходимую литературу на абонементе в библиотеки колледжа, а также воспользоваться читальным залом.

### **Методические рекомендации по балльно-рейтинговой системе учета и оценки достижений обучающихся**

#### **Общие положения**

Балльно-рейтинговая система учета и оценки достижений обучающихся (далее – БРС) в Частном образовательном учреждении высшего образования



«Московский университет имени С.Ю. Витте» (далее – Университет) предназначена для решения следующих задач:

- стимулирования обучающихся к регулярной учебной и внеучебной деятельности;
- организации непрерывного контроля освоения обучающимися элементов основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования;
- комплексной оценки результативности учебной и внеучебной деятельности обучающихся в течение семестра;
- создания для преподавателей, руководства факультетов и кафедр надежного инструментария для осуществления систематического и регулярного контроля за учебной и внеучебной деятельностью обучающихся.

БРС является обязательной для всех участников образовательного процесса и реализуется в электронной информационно-образовательной среде «Электронный университет» (далее – ЭИОС) для всех форм и технологий обучения.

БРС обеспечивает рейтинговый учет и оценку достижений обучающегося за семестр и включает в себя учебный (далее – Руд) и внеучебный (далее – Рвр) рейтинги.

#### Учебный рейтинг обучающихся

Семестровый учебный рейтинг по дисциплине (далее – Руд) определяется своевременностью, количеством и качеством выполненных обучающимся рейтинговых мероприятий, в которые входят:

- посещаемость и активность в ходе аудиторных занятий;
- прохождение рубежного контроля освоения учебного материала по каждому модулю учебной дисциплины в ходе выполнения тестовых оценочных заданий (далее – ТОЗ),
- выполнение рейтинговой работы по дисциплине, если предусмотрено учебным планом (не более одной работы в семестре по учебной дисциплине).

Руд рассчитывается для всех дисциплин учебного плана, кроме учебных дисциплин «Физическая культура» и дисциплин, назначенных обучающемуся к переаттестации.

Руд не рассчитывается для всех видов практик, курсовых работ, мероприятий ГИА. Оценки по этим учебным мероприятиям вносятся в соответствующие документы в порядке, установленном локальными нормативными актами Университета, регламентирующими данные виды учебной работы.

Оценка посещаемости и активности обучающегося проводится преподавателем самостоятельно и предусматривает начисление премиальных баллов (до пяти баллов в семестре по каждой дисциплине). Премиальные баллы вносятся преподавателем в разделе соответствующей дисциплины в ЭИОС не позднее, чем за неделю до начала зачетно-экзаменационной сессии.

Выполнение обучающимся модульного ТОЗ допускается в течение установленного календарным учебным графиком периода. Учитывается лучший результат, полученный обучающимся в ходе выполнения ТОЗ.

Для выполнения модульного ТОЗ в ходе одного сеанса компьютерного тестирования устанавливается время – один академический час (45 минут).

Все задания в комплексе ТОЗ разделены на три типа:

–А – задания с выбором правильного ответа;

–В – без готового ответа;

–С – кейс-задания или практические задачи.

В состав модульного ТОЗ включаются: задания типа А – 10 вопросов, задания типа В – 8 вопросов, задания типа С – 2 вопроса. Модульные ТОЗ имеют вариативный характер и формируются автоматически из базы ТОЗ по учебной дисциплине для каждого обучающегося индивидуально, при последующем сеансе не повторяются.

Выставление баллов обучающимся за каждое рейтинговое мероприятие (рейтинговая работа и ТОЗ) осуществляется отдельно по 100-балльной шкале (от 0 до 100).

Результаты выполнения ТОЗ определяются автоматически.

Оценивание преподавателем выполненной обучающимся рейтинговой работы осуществляется в личном кабинете преподавателя в ЭИОС.

Результаты рейтинговых мероприятий отображаются в личных кабинетах преподавателя и обучающегося в ЭИОС.

Обучающийся, набравший по результатам выполнения рейтинговых мероприятий (выполнение ТОЗ, выполнение рейтинговой работы) средний балл 75 и более, может претендовать на оценку «хорошо», «отлично» или «зачтено» по итогам работы в семестре без прохождения промежуточной аттестации («автоматом»). Оценка «автомат» выставляется преподавателем в день проведения промежуточной аттестации в зачетно-экзаменационную ведомость при явке обучающегося. При несогласии обучающегося с оценкой «хорошо» ему предоставляется возможность прохождения промежуточной аттестации на общих условиях в установленные сроки.

Перерасчет баллов Руд из 100-балльной в традиционную 4-х балльную систему оценивания осуществляется по следующей линейной накопительной шкале:

Объем дисциплины	ол-во	(не зачтен	3 (зачтен	4 (зачтен	5 (зачтен	е» баллы	маг» Оценка «зачте	Оценка 4	маг» Оценка 5
3 ЗЕТ (3 теста)	300	<15 0	>=15 0	>=19 8	>=255	+ <=5	>=225	>=22 5<25 5	>=255
3 ЗЕТ (3 теста + 1 РР)	400	<20 0	>=20 0	>=26 4	>=340	+ <=5	>=300	>=30 0<34 0	>=340
4 ЗЕТ (4 теста)	400	<20 0	>=20 0	>=26 4	>=340	+ <=5	>=300	>=30 0<34 0	>=340
4 ЗЕТ (4 теста + 1 РР)	500	<25 0	>=25 0	>=33 0	>=425	+ <=5	>=375	>=37 5<42 5	>=425
5 ЗЕТ (5 тестов)	500	<25 0	>=25 0	>=33 0	>=425	+ <=5	>=375	>=37 5<42 5	>=425
5 ЗЕТ (5 тестов + 1 РР)	600	<30 0	>=30 0	>=39 6	>=510	+ <=5	>=450	>=45 0<51 0	>=510

Обучающиеся, не имеющие права претендовать на получение оценки «автоматом» или не согласные с ней, проходят промежуточную аттестацию. При прохождении промежуточной аттестации Руд обучающегося имеет для преподавателя рекомендательный характер.

Допуск обучающегося к промежуточной аттестации осуществляется с любым количеством баллов, набранных в ходе выполнения рейтинговых мероприятий по учебной дисциплине, в том числе с количеством баллов 0.

Промежуточная аттестация для обучающихся по очной, очно-заочной и заочной (за исключением очной, очно-заочной и заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ) осуществляется в форме проведения письменных и (или) устных зачетов и экзаменов.

Для обучающихся с применением ДОТ промежуточная аттестация проходит в форме выполнения итогового тестового задания по учебной дисциплине (далее – итоговое ТОЗ).

Прохождение итогового ТОЗ обучающимися с применением ДОТ возможно не более двух раз в течение установленного календарным учебным

графиком периода. Учитывается лучший результат, полученный обучающимся в ходе выполнения итогового ТОЗ. Для выполнения одного сеанса тестирования устанавливается время – один академический час (45 минут).

В состав итогового ТОЗ включаются: задания типа А – 10 вопросов, задания типа В – 8 вопросов, задания типа С – 2 вопроса из общей базы ТОЗ по учебной дисциплине. Итоговые ТОЗ имеют вариативный характер, формируются автоматически для каждого обучающегося индивидуально и при последующем сеансе не повторяются.

Если обучающийся не прошел мероприятия БРС и не присутствовал на промежуточной аттестации по уважительной причине, то ему представляется возможность повторного изучения учебной дисциплины в следующем семестре.

#### Ликвидация академической задолженности

Если обучающийся в ходе промежуточной аттестации по учебной дисциплине получил неудовлетворительную оценку или не явился на зачет / экзамен без уважительной причины, то у него образуется академическая задолженность.

Обучающийся, имеющий академическую задолженность, вправе пройти промежуточную аттестацию по соответствующей учебной дисциплине не более двух раз в пределах одного года с момента образования академической задолженности.

Результаты прохождения рубежного контроля освоения учебного материала по каждому модулю учебной дисциплины в ходе выполнения ТОЗ, полученные обучающимся до возникновения академической задолженности и результаты выполнения рейтинговой работы по учебной дисциплине сохраняются.

Если обучающемуся необходимо повысить балл, он должен:

– пройти ТОЗ заново, прохождение возможно не более двух раз, при этом учитывается лучший результат по итогам всех попыток,

– разместить новую рейтинговую работу в личном кабинете в ЭИОС, при этом учитывается последняя оценка, полученная по результатам проверки работы.

Обучающийся, набравший по результатам выполнения рейтинговых мероприятий (выполнение ТОЗ, выполнение рейтинговой работы) средний балл 50 и более, может претендовать на оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «зачтено» без повторного прохождения промежуточной аттестации («автоматом»).

Шкала оценивания строится в соответствии с правилом – обучающийся

не может в ходе ликвидации академической задолженности получить отличную оценку:

Объем дисциплины	Макс. кол-во баллов	2 (не зачтено)	3 (зачтено)	4 (зачтено)
3 ЗЕТ (3 теста)	300	<150	>=150	>=198
3 ЗЕТ (3 теста + 1 РР)	400	<200	>=200	>=264
4 ЗЕТ (4 теста)	400	<200	>=200	>=264
4 ЗЕТ (4 теста + 1 РР)	500	<250	>=250	>=330
5 ЗЕТ (5 тестов)	500	<250	>=250	>=330
5 ЗЕТ (5 тестов + 1 РР)	600	<300	>=300	>=396

При несогласии обучающегося с оценкой «удовлетворительно» ему предоставляется возможность ликвидации академической задолженности в форме выполнения итогового ТОЗ.

Обучающийся может быть допущен к повторной промежуточной аттестации, с любым количеством баллов, набранных им в ходе выполнения рейтинговых мероприятий по учебной дисциплине, в том числе с количеством баллов 0.

Прохождение итогового ТОЗ возможно не более двух раз в течение установленного календарным графиком периода. Учитывается лучший результат, полученный обучающимся в ходе выполнения итогового ТОЗ. Для выполнения одного сеанса тестирования устанавливается время – один академический час (45 минут).

В состав итогового ТОЗ включаются: задания типа А – 10 вопросов, задания типа В – 8 вопросов, задания типа С – 2 вопроса из общей базы ТОЗ по учебной дисциплине. Итоговые ТОЗ имеют вариативный характер, формируются автоматически для каждого обучающегося индивидуально и при последующем сеансе не повторяются.

Шкала оценивания итогового ТОЗ:

Максимальное количество баллов за итоговое ТОЗ	2 (не зачтено)	3 (зачтено)	4 (зачтено)
100	<50	>=50	>=66

Внеучебный рейтинг обучающихся

Рвр применяется для активизации обучающихся к участию в творческой, спортивной, общественной и научно-исследовательской деятельности Университета и является составной частью портфолио обучающегося.

Рвр складывается из баллов, полученных обучающимися за участие в различных внеучебных мероприятиях. Подтверждение суммы баллов за Рвр осуществляется деканами / директором колледжа на основе анализа представленных обучающимися документов (сертификатов, грамот, свидетельств, благодарностей и иных материалов).

Внесение баллов осуществляется через личный кабинет декана / директора колледжа в ЭИОС.