

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ



УТВЕРЖДАЮ  
Заместитель директора  
филиала

О.И.Иванюга

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА  
К УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ**

**по профессиональным модулям**

**ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

**ПМ.02 Производство рекламной продукции**

**ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»**

программы подготовки специалистов среднего звена  
по специальности

**42.02.01 Реклама**

Год набора на ООП  
2020

Уровень подготовки - базовый

Артем 2020

**СОГЛАСОВАНО**

Протокол заседания научно-методического совета

от 18 мая 2020 года № 7

Председатель  О.И. Иванова



**РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО**

на заседании кафедры ТПСД



Протокол № 14 от 12 мая 2020

Зав. кафедрой  Л.В. Преснякова

**Разработчик:**

| Место работы                        | Занимаемая должность, ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория | Инициалы, фамилия   |
|-------------------------------------|---|---|
| Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме | Преподаватель кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна                             | О.А. Шпак<br>  |
| Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме | Преподаватель кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна                             | О.В. Малых<br> |

**Эксперты:**

| Место работы    | Занимаемая должность, ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория | Инициалы, фамилия  |
|-----------------|---|--|
| ООО «Арт-Имидж» | Директор  | Фатьян Д.Г.<br>   |
| ООО «Орбита»    | Директор  | Крыношей В.А.<br> |



## 1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной практики. КОС разработаны на основании:

- основной образовательной программы СПО по специальности 42.02.01 Реклама;
- рабочей программы учебной практики (УП).

Практика является обязательной составляющей учебного процесса. Она представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

### 1.1. Цели и задачи практики

Учебная практика по специальности направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности: **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, ПМ.02 Производство рекламной продукции, ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»**

**Задачами практики являются:**

**получение студентами практического опыта по:**

- поиску рекламных идей;
- разработке авторских рекламных проектов;
- составления и оформления текстов рекламных объявлений
- выбору и использованию инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов

**овладение навыками организации и производства в области**

- выбора моделей объекта рекламирования согласно предложенной технологии;
- исполнение элементов проекта в материале
- создание визуальных образов с рекламными функциями

С целью овладения видами профессиональной деятельности студент в ходе практики должен в соответствии с видами профессиональной деятельности приобрести практический опыт, знания и умения.

**Вид профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

**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 графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

## 2. Результаты практики

Результатом практики является освоение общих компетенций (ОК):

| <b>Код</b> | <b>Наименование результата практики</b>  |
|------------|--|
| 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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.   |
| ОК 7.      | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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.                                      |

профессиональных компетенций (ПК):

| <b>Вид профессиональной деятельности</b>          | <b>Код</b> | <b>Наименование результатов практики</b>  |
|---|------------|---|
| Разработка и создание дизайна рекламной продукции | ПК 1.1     | -умение выбора художественной формы реализации рекламной идеи;<br>-создания визуального образа с рекламными функциями.  |
|   | ПК 1.2     | -умение использовать выразительные и художественно-изобразительные средства шрифтовую и художественную графики при моделировании рекламы.   |
|   | ПК 1.3     | - демонстрация соответствия авторского проекта рекламного продукта принципам и законам рекламного проектирования.   |
|   | ПК 1.4     | -демонстрация правильности создания рекламного слогана на заданную тему в соответствии с основополагающими принципами и законами составления рекламного текста;<br>- правильность составления и оформления текстов рекламных объявлений на заданную тему в соответствии с основополагающими принципами и законами составления и оформления рекламного текста. |
|   | ПК 1.5     | -соответствие визуальных образов с рекламными функциями поставленным задачам.   |

**Вид профессиональной деятельности: Производство рекламной продукции  
иметь практический опыт:**

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

**уметь:**

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

**знать:**

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.

Результатом практики является освоение общих компетенций (ОК):

| <b>Код</b> | <b>Наименование результата практики</b>   |
|------------|---|
| 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. |
|-------|---|

профессиональных компетенций (ПК):

| Вид профессиональной деятельности | Код     | Наименование результатов практики  |
|-----------------------------------|---------|--|
|                                   | ПК 2.1. | -демонстрировать умения при выборе и использовании инструментов ,оборудования, изобразительных средств и материалов. |
|                                   | ПК 2.2. | - умения создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.                                  |
|                                   | ПК 2.3. | - исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.  |

**Вид профессиональной деятельности: Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

**уметь:**

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- составлять рекламные тексты;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

**знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- средства для создания печатного рекламного продукта;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта.

Результатом практики является освоение общих компетенций (ОК):

| Код | Наименование результата практики |
|-----|----------------------------------|
|-----|----------------------------------|

|        |  |
|--------|--|
| ОК.01. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.   |
| ОК 02. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.     |
| ОК 03. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  |
| ОК 04. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| ОК 05. | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.  |
| ОК.06  | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.   |
| ОК 9.  | Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.   |

профессиональных компетенций (ПК):

| Вид профессиональной деятельности                         | Код    | Наименование результатов практики  |
|---|--------|--|
| Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный» | ПК1.1  | - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;<br>- знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;  |
|   | ПК 1.4 | - составлять рекламные тексты;<br>- знать приемы и принципы составления рекламного текста;   |
|   | ПК 2.1 | - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;<br>- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта; |
|   | ПК 2.2 | - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;   |
|   | ПК 2.3 | - исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.  |
|   | ПК 4.2 | - навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя<br>- точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта                   |

### Перечень оценочных средств

#### Создание эскиза потребительской рекламы в форме рекламного объявления.

##### Задание1

Знакомство с торговыми марками и их ролью в рекламе товара и оказываемых услуг на примере рекламной кампании фирмы. Выбор компании из таблицы.

Таблица 1

| №   | Название компании   |
|-----|---|
| 1.  | Создание рекламной компании и фирменного стиля кофейни.                     |
| 2.  | Создание рекламной компании и фирменного стиля кафе сладостей.              |
| 3.  | Создание рекламной компании и фирменного стиля ресторана русской кухни.     |
| 4.  | Создание рекламной компании и фирменного стиля свадебного агентства.        |
| 5.  | Разработка рекламной компании и фирменного стиля салона красоты.            |
| 6.  | Разработка рекламной компании и фирменного стиля ресторана японской кухни.  |
| 7.  | Создание рекламной компании и фирменного стиля детской анимационной комнаты |
| 8.  | Создание рекламной компании и фирменного стиля луанж бара                   |
| 9.  | Создание рекламной компании и фирменного стиля морского торгового порта     |
| 10. | Создание рекламной компании и фирменного стиля детского сада                |
| 11. | Создание рекламной компании и фирменного стиля школы английского языка      |
| 12. | Создание рекламной компании и фирменного стиля спортивной школы             |
| 13. | Создание рекламной компании и фирменного стиля яхт клуба                    |
| 14. | Создание рекламной компании и фирменного стиля магазина детской одежда      |

## Задание2

Проведение анализа рекламы товаров и услуг на российском рынке.

Письменно разработать доклад, ответив на вопросы:

### 1. Сущность и направления рекламного бизнеса

- 1.1. Развитие рекламного бизнеса в России
- 1.2. Реклама в нашей жизни
- 1.3. Структура рынка рекламных услуг

### 2. Анализ уровня развития рынка рекламных услуг в России

- 2.1. Обзор рынка рекламных услуг в России
- 2.2. Основные направления развития рынка рекламных услуг в России

## Задание3

Выявление проблем разработки, формирования и продвижения торговых марок и услуг.

Письменно ответить на вопросы:

1. Экономическое содержание нового товара, его сущность и виды.
2. Процесс разработки нового товара и его основные этапы.
3. Продвижение нового товара на рынке.

## Задание4

Выбор художественной формы реализации рекламной идеи по созданию потребительской рекламы.

Рекламная идея должна создаваться на основе следующих принципов. Перечислите основные. Уберите ненужный принципы.

- **быть оригинальной и неожиданной.** В рекламе надо избегать штампов (люди перестают обращать на такую рекламу внимание) и не повторять чужие, пусть даже очень хорошие приемы;
- **максимально точно передавать главную мысль рекламы.** Каждую идею надо проверять. Перед запуском рекламы важно выяснить, насколько креатив согласуется с содержанием. Увлечение развлекательной стороной может не усилить воздействие рекламы, а погубить ее, суть рекламы останется в тени. Некоторые яркие рекламы потерпели фиаско в плане окупаемости. Д. Огилви считал, что если говорят о рекламе, то это плохая реклама. Если говорят о товаре, который она рекламирует, это хорошая реклама. Рекламное объявление — это прежде всего инструмент продаж, а не художественное произведение;
- **быть подходящей для данного продукта (релевантной).** Шутовская фраза или шокирующий образ



- не всегда хороший креатив, например для рекламы жилья или банка;
- **точно совпадать с образом потребителя**, его потребностями, желаниями, представлениями, менталитетом. Например, конкретные сюжеты и отдельные фразы могут быть восприняты молодежью, но не поняты старшими людьми;
- **быть максимально запоминающейся**. На стадии разработки рекламы несколько придуманных альтернативных идей надо проверить на запоминаемость (желательно на представителях целевой группы);
- **быть ясной и простой**. Придумывая рекламную идею, не надо мудрить. Реклама — особый жанр искусства, не предполагающий долгих размышлений и многопланового восприятия. Ваша мысль должна схватываться быстро и однозначно;
- **быть эмоционально наполненной**. Хорошие идеи всегда заставляют нас что-то почувствовать;
- **быть убедительной**. Когда знаменитые артистки уверяют нас, что предпочитают определенный крем всем другим, это выглядит неубедительно. Такой рекламе люди не верят;
- \*– **быть подходящей для нескольких товаров разных торговых марок**. т.е. любой рекламодатель мог бы ей воспользоваться.
- **быть универсальной**, т.е. такой, чтобы ее было можно использовать на всех рекламных носителях;
- **быть перспективной** с точки зрения возможности длительного использования, развития во времени. Хорошую идею можно эксплуатировать годами;
- **быть добросовестной**. Не следует внушать потребителю, что он «недостаточно привлекательный», «недостаточно успешный, преуспевающий» и т.д. без вашего продукта. Сегодня часто недобросовестная реклама содержит следующий мотив: то, что представляет собой человек, определяется в основном набором товаров и услуг, которыми он владеет или пользуется, а не его личностными качествами. Еще один недобросовестный мотив — запугивание: «Вы будете себя плохо чувствовать, если не воспользуетесь этим дезодорантом» или «Вы потеряете все, что есть в доме, если не поставите защитную систему».

Объяснить, как создать хорошую креативную идею, достаточно сложно, поскольку это индивидуальная творческая работа. Вместе с тем существуют методические приемы, позволяющие придумать идею. Рассмотрим зарекомендовавшие себя на практике приемы создания рекламных идей, методы креативного воплощения рекламируемых свойств товара. Проанализируем их достоинства, недостатки и специфику применения.

### Задание 5

Поиск выразительных средств, цветового решения.

Что по вашему является выразительным средством? Уберите лишние пункты.

1. **Заголовок**
2. Масштаб
3. Контраст –Нюанс
4. Единство
5. \*Использование только фотографии
6. **Цвет**
7. **Шрифт**
8. \*Использование только двух цветов

### Задание 6

Создание эскиза потребительской рекламы в форме рекламного объявления.

Изготовить три вида рекламного объявления для выбранной рекламной компании.

### Задание 7

Разработка композиционного решения рекламного продукта по заданию потребителя.

В графическом редакторе выполнить наброски ассоциативного ряда выбранной Вами компании.

### Задание 8

Разработка композиционного решения рекламного продукта и выполнение художественного проектирования рекламного продукта по заданию потребителя.

В графическом редакторе выполнить наброски фирменного стиля выбранной Вами компании.

### Задание 9

Разработка композиционного решения рекламного продукта и выполнение художественного

проектирования рекламного продукта по заданию потребителя.  
В графическом редакторе выполнить наброски композиционного решения выбранной Вами компании.

### **Выполнение эскиза рекламного плаката**

#### **Задание1**

С помощью интернета изучить существующие виды плакатов .

#### **Задание2**

Подобрать аналоги плакатов. Аналоги поместить в таблицу.  
Поиск выразительных средств, цветового решения.

#### **Задание3**

В графическом редакторе разработать 3 вида композиционного решения эскиза рекламного плаката.

### **Разработка авторского рекламного проекта**

#### **Задание 1**

Разработка концепции и идеи авторского рекламного проекта.  
В графическом редакторе разработать наброски фирменного стиля для рекламной компании.

#### **Задание 2**

Разработка художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с поставленной задачей.  
В графическом редакторе разработать ассоциативный ряд компании.

#### **Задание 3**

Выполнение рекламного проекта в материале.  
В графическом редакторе разработать мудборд компании.

### **Создание рекламного слогана**

#### **Задание 1**

Разработка концепции и идеи создания рекламного слогана.

#### **Задание 2**

Разработка художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с поставленной задачей.

#### **Задание 3**

Создание рекламного слогана на заданную тему.

### **Создание эскиза баннера – растяжки**

#### **Задание 1**

Разработка концепции и идеи создания эскиза баннера-растяжки.

#### **Задание 2**

Разработка художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с поставленной задачей.

#### **Задание 3**

Создание эскиза баннера-растяжки на заданную тему.

### **Разработка эскиза композиционного решения рекламного продукта**

#### **Задание 1**

Разработка концепции и идеи создания эскиза композиционного решения рекламного продукта.

В графическом редакторе на планшете А3 формата скомпоновать элементы фирменного стиля рекламной компании.

### **Задание 2.**

Разработка художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с замыслом.

### **Задание 3.**

Разработка эскиза композиционного решения рекламного продукта.

## **Создание рекламного продукта по заданию**

### **Задание 1**

Разработка концепции и идеи создания композиционного решения рекламного продукта по заданию.

### **Задание 2**

Разработка художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с заданием.

### **Задание 3**

Создание рекламного продукта по заданию.

### **Задание 4**

Работа по созданию фирменного стиля компании. Логотипа, товарного знака.

### **Задание 5**

Проработка основных и дополнительных элементов.

Создание наружной рекламы банеров, билбордов, штендеров на заданную тему.

## **Создание эскиза потребительской рекламы в форме рекламного объявления**

### **Задание 1**

Разработка концепции и идеи создания эскиза композиционного решения потребительской рекламы в форме полиграфической продукции.

### **Задание 1**

Разработка художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с замыслом.

### **Задание 2**

Создание эскиза потребительской рекламы в форме визиток, календарей, блокнотов.

Проработка основных и дополнительных элементов.

Создание печатной полиграфической продукции на заданную тему.

## **Организация и руководство учебной практикой**

Руководитель практики от колледжа: выдает студентам методические рекомендации, проводит инструктаж о порядке прохождения практики, выполнении заданий, ведении дневника практики, проводит консультирование по вопросам содержания и последовательности написания отчета по практике, оказывает помощь в подборе необходимой литературы.

*При прохождении практики студент обязан:*

- полностью выполнить индивидуальные задания, предусмотренные программой практики;
- выполнять задания руководителя практики и предприятия, связанные с основной деятельностью организации;
- ежедневно заполнять дневник прохождения практики, занося в него краткие сведения о проделанной работе;

- своевременно сдать руководителю практики от предприятия правильно оформленный дневник на проверку и подпись;
- составить отчет о практике (обязательными приложениями к отчету являются: дневник прохождения практики, отзыв-характеристика студента-практиканта, анкета работодателя, договор о прохождении практики).
- защитить отчет по практике в установленные расписанием сроки.

### **Контроль и оценка результатов освоения практики**

Итоговая аттестация: дифференцированный зачет.

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе наблюдения, а также по итогам выполнения обучающимися заданий.

Оценка работы студента основывается на оформлении и содержании отчёта, ответах на вопросы, деятельности в период практики. Оценка одновременно проставляется в зачётной книжке и зачётной ведомости.

| Оценка             | Критерии  |
|--------------------|---|
| <b>5 (отлично)</b> | Изложение материалов полное, последовательное, грамотное. Отчет написан аккуратно, без исправлений. Индивидуальное задание и задание по практике (задачи) выполнены. Приложены первичные документы. Приложения логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена. Отзыв положительный. |
| <b>4 (хорошо)</b>  | Изложение материалов полное, последовательное в соответствии с требованиями программы. Допускаются единичные грамматические и стилистические ошибки. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена. Отзыв положительный.                             |
| <b>3 (удовл.)</b>  | Изложение материалов неполное. Оформление не аккуратное. Текстовая часть отчета не везде связана с приложениями. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена не в полном объеме. Отзыв положительный.   |
| <b>2 (неуд.)</b>   | Изложение материалов неполное, бессистемное. Существуют ошибки, оформление неаккуратное. Приложения отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Отзыв отрицательный. Программа практики не выполнена.   |

Студенты, не выполнившие без уважительной причины требования программы практики или получившие отрицательную оценку, отчисляются из учебного заведения, как имеющие академическую задолженность. В случае уважительной причины студенты направляются на практику вторично в свободное от учебы время.