

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.04

**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений,
основных креативных решений и творческих материалов на
основных рекламных носителях**

Учебный план: №25-02-1-5
Код, наименование специальности, направленность: 42.02.01 Реклама,
Планирование рекламных кампаний и продвижение средствами
цифровых технологий

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе
Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Наименование части профессионального модуля	Форма контроля	академических часов								Семестр
		Трудоемкость модуля	Аудиторной нагрузки	Лекции, уроки	Практические занятия	Консультации	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	
МДК.04.01 Копирайтинг. Презентация рекламной кампании	Контр. работа, Зачет с оценкой	94	86	26	56	4		8		5-6
МДК.04.02 Разработка и создание рекламных продуктов на основных рекламных носителях	Контр. работа. Курсовая работа	144	130	30	82	18	12	14		5-6
ПП.04.01 Производственная практика, Создание рекламного контента для продвижения марки / бренда / организации (преддипломная)	Зачет с оценкой	72						72		6
ПМ.04. ЭК Экзамен по модулю	Экзамен	12							12	6
Итого		322	216	56	138	22		94	12	

Рабочая программа профессионального модуля составлена в соответствии
с федеральным государственным образовательным стандартом среднего
профессионального образования по специальности
42.02.01 Реклама, утверждённым приказом
Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Коняева А.С.
(Ф.И.О.)

Председатель
цикловой комиссии: _____
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.
(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1 Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

Профессиональный модуль (ПМ) является частью профессионального модуля основной образовательной программы (ОП).

1.2. Цель и планируемые результаты освоения

В результате изучения ПМ обучающийся должен освоить основной вид (вид) деятельности (ВД) и соответствующие ему общие (ОК) и профессиональные компетенции (ПК).

1.2.1 Перечень компетенций

Код компетенций	Наименование компетенций
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ВД Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной / коммуникационной кампании
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

1.2.2. Результаты обучения

Уметь	- форматировать текстовые части; - работать с текстом на разных цветовых подложках; - создавать тексты для интернет-рекламы по индивидуальным заданиям; - составлять рекламные сообщения по жанрам, публицистическо-информационного характера; - разрабатывать рекламный текст по заданной теме; - создавать несколько вариантов заголовков к готовым текстам; - разрабатывать концепции стратегий для поисковых систем и проведения рекламной кампании; - проводить работы по внутренней оптимизации сайта согласно требованиям поисковых фраз; - выполнять стилизацию, упрощение дизайн-макета рекламного продукта; - использовать композиционные приёмы, модульные сетки, варианты совмещения элементов (знак, название, расшифровка сферы деятельности); - форматировать текстовую часть макета рекламного носителя: трекинг, кернинг; - работать на разных текстовых подложках; - собирать информацию для плана рекламных решений; - разрабатывать рекламные кампании в Интернете; - делать презентации рекламной кампании; - разрабатывать и создавать рекламные продукты на основных рекламных носителях
Знать	- электронные версии шрифтовых гарнитур, типографику; - технологические и творческие аспекты рекламного продукта; - модели и структуры креативных рекламных брифов; - стилистические приемы рекламного текста; - номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - роль, правила, нормы и основные принципы SMM в интегрированных маркетинговых коммуникациях; - методы сбора, обработки и анализа информации; - дизайн-макеты для эффективной коммуникации;

	- этапы разработки технического задания для создания продукта в сфере креативной индустрии; - основные элементы маркетингового и информационного рекламного текста; - интралингвистические особенности рекламных материалов на основных рекламных носителях; - технологические и творческие стратегии создания рекламной кампании, творческие задачи разработки рекламного решения: рациональный и эмоциональный подходы; - этапы разработки рекламных решений планирования рекламной коммуникационной кампании
Иметь практический опыт	- создания графического дизайн-макета креативного рекламного продукта; - комплексной разработки фирменного стиля заказчика, брендбука, гайдлайна, логобука; - разработки творческих решений фирменного стиля рекламного продукта

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ

Наименование тем МДК и практик	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем в часах
1	2	3
МДК.04.01 Копирайтинг. Презентация рекламной кампании		94
Раздел 1. Творческая концепция в рекламе		
Тема № 1. Творческая концепция в рекламе	Содержание	28
	Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы. Визуализация идеи, moodboard, коллаж, референс. Процесс нейминга. Инсайт, слоганы. Проверка на оригинальность	
	В том числе практических занятий	28
	Практическое занятие № 1. Mood-board, референс, коллаж	2
	Практическое занятие № 2. Инсайт	2
	Практическое занятие № 3. Нейминг. Проверка на оригинальность	2
	Практическое занятие № 4. Составление рекламного сообщения по жанрам	2
	Практическое занятие № 5. Составление рекламного сообщения публицистическо-информационного характера	2
	Практическое занятие № 6. Создание слогана по индивидуальным заданиям	2
	Практическое занятие № 7. Создание нескольких вариантов заголовков к готовым текстам	4
	Практическое занятие № 8. Разработка рекламного текста по заданной теме	2
	Практическое занятие № 9. Выполнение эскиза рекламы с использованием особенности психологии цвета	2
	Практическое занятие № 10. Создание текста для интернет-рекламы по индивидуальным заданиям	4
	Практическое занятие № 11. Анализ рекламных обращений известной потребительской торговой марки	4
Текущий контроль – устный опрос		
Самостоятельная работа - анализ контента на сайте, подготовка к контрольной работе		2
Консультации		2
Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа		2

Всего за семестр:		34
Раздел 2. Формирование корпоративного стиля		
Тема № 2.1. Комплексная разработка фирменного стиля	Содержание	8
	Комплексная разработка фирменного стиля. Брендбук, гайдлайн, логобук	2
	Основные константы фирменного стиля, стилиобразующие элементы, носители фирменного стиля	2
	Регистрация торговой марки	2
	В том числе практических занятий	2
	Практическое занятие №1. Создание зрительного образа фирмы	2
Тема № 2.2. Логотип	Содержание	10
	ТЗ на логотип. Процесс проектирования фирменного блока: стилизация, упрощение, использование композиционных приёмов, использование модульной сетки, варианты совмещения элементов (знак, название, расшифровка сферы деятельности)	4
	Минимальное свободное поле. Недопустимые варианты использования логотипа. Виды логотипов. Gif-версия логотипа	2
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие №2. Логотип от эскиза в вектор	2
	Практическое занятие №3. Разработка основных фирменных констант	2
Текущий контроль – устный опрос		
Тема № 2.3. Шрифт. Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика	Содержание	6
	Знакомство с электронными версиями шрифтовых гарнитур. Свободные шрифты для коммерческого использования. Подбор шрифтовых пар. Иерархия шрифтов в документе	2
	Форматирование текстовой части: трекинг, кернинг, интерлиньяж, выключка. Работа с текстом на разных цветовых подложках	2
	В том числе практических занятий	2
	Практическое занятие №4. Фирменный шрифт	2
Тема № 2.4. Цвет	Содержание	8
	Классификация и основные термины цветов. Цветовые сочетания, схемы, формулы. Палитра Pantone	2
	Определение цвета. Разница при работе с цветом на компьютере и с печатным материалом. Различие и чёткость цветов изготавливаемого рекламного продукта	2
	Значение и психология цвета, цветовые ассоциации. Цвет в информационном дизайне	2
	В том числе практических занятий	2
	Практическое занятие № 5. Фирменный цвет	2
Текущий контроль – устный опрос		
Тема № 2.5. Стилеобразующие элементы	Содержание	8
	Иконка (упрощённая версия логотипа), орнаменты, паттерны, градиенты, фактуры, фотографии, иллюстрации, маскот, пиктограммы. Процесс работы в графических редакторах	2
	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие №6. Стилеобразующие элементы	2
	Практическое занятие №7. Разработка макета рекламного плаката	2
	Практическое занятие №8. Разработка макета рекламной листовки	2
Содержание		10

Тема № 2.6. Презентация проекта фирменного стиля заказчику	Рекламный плакат. Изобразительные приёмы ассоциативного выражения темы. Роль и значение шрифта в рекламном плакате	2
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие №9. Работа над проектом концепцией корпоративного фирменного стиля	2
	Практическое занятие №10. Разработка проекта-концепции фирменного стиля (эскизирование)	2
	Практическое занятие №11. Разработка проекта-концепции фирменного стиля (работа в программах)	4
<i>Текущий контроль – просмотр выполненных работ</i>		
Самостоятельная работа - подготовка к промежуточной аттестации		6
Консультации		2
Промежуточная аттестация по МДК – зачет с оценкой		2
Всего за семестр:		60
МДК.04.02 Разработка и создание рекламных продуктов на основных рекламных носителях		144
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		
Тема № 1. Разработка плана рекламной кампании	Содержание	6
	Коммуникация с заказчиком. Составление клиентского брифа. Сбор информации в различных источниках и обработка данных. Креативный бриф	2
	Маркетинговые исследования. Анализ отрасли и динамики рынка, анализ конкурентной среды, определение ЦА (BTV, BTC), портрета потребителя	2
	Планирование рекламной кампании. Медиапланирование. Выбор каналов продвижения. Разработка ключевых элементов рекламной кампании. Копирайтинг	2
Раздел 2. Разработка рекламных носителей		
Тема № 2.1. Подготовительный этап. Анализ и исследование. Виды печати, материалы, оборудование	Содержание	6
	Работа с брендбуком, гайдлайном существующих компаний. Разработка рекламных акций	2
	Разработка внутренних и внешних носителей. Составление ТЗ	2
	Подготовка макетов к печати. Виды печати, материалы, оборудование	2
Тема № 2.2. Наружная реклама. Привязка к местности, визуализация	Содержание	16
	Наружная реклама. Привязка к местности, визуализация	4
	В том числе практических занятий	12
	Практическое занятие № 1. Билборд	4
	Практическое занятие № 2. Остановка	2
	Практическое занятие № 3. Реклама на транспорте	2
	Практическое занятие № 4. Реклама внутри транспорта	2
	Практическое занятие № 5. Реклама в метро	2
<i>Текущий контроль – просмотр выполненных работ</i>		
Тема № 2.3. Реклама на местах продаж	Содержание	12
	В этом разделе представлен каталог средств рекламы в местах продаж (Point-of-Sale Advertising), который содержит информацию об их назначении, функциях и характеристиках, а также подробные описания и изображения-примеры	4
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие №6. POS-материалы	4
	Практическое занятие №7. Информационно-графический комплекс	4
	Содержание	6

Тема № 2.4. Разработка дизайна макетов полиграфической продукции, макетов для объёмных рекламных продуктов	Создание макетов для объёмных рекламных продуктов с дальнейшей проработкой – упаковка, витрина, стенд, торговая зона, выставочный комплекс.	4
	Процесс изготовления. Основные материалы	2
Тема № 2.5. Рекламно-выставочная деятельность. Выбор рекламных продуктов	Содержание	12
	Суть выставочной рекламы. Наружная реклама на выставке, оригинальная реклама, роль рекламной продукции на выставке	4
	В том числе, практических занятий	8
	Практическое занятие №8. Roll – up	2
	Практическое занятие №9. Press wall	2
	Практическое занятие №10. Сувенирная и фирменная продукция	4
Текущий контроль – просмотр выполненных работ		
Самостоятельная работа - анализ результатов выполненного материала. Анализ и отбор лучших работ. Подготовка к промежуточному контролю		2
Консультации		2
Промежуточная аттестация по МДК – контрольная работа		2
Всего за семестр:		64
Тема № 2.6. Предпроектное исследование	Содержание	6
	Предпроектное исследование рынка	
	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие №11. Предпроектное исследование	2
	Бриф. Исследование рынка	2
	Конкурентная среда. Определение ЦА. Работа с аналогами	2
Тема № 2.7. Разработка плана рекламной кампании	Содержание	8
	План рекламной кампании	
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие №12. Разработка плана рекламной кампании. Определение каналов продвижения. Определение перечня рекламных продуктов. Календарный план. Составление ТЗ. Бюджет РК	8
Текущий контроль – просмотр выполненных работ		
Тема № 2.8. Художественное проектирование рекламных продуктов	Содержание	16
	Проектирование рекламное	
	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие №13. Художественное проектирование рекламных продуктов. Способы генерирования идей: референс, mood board, коллаж. Разработка творческой концепции. Выбор графических редакторов	8
	Практическое занятие №14. Компьютерное проектирование	8
Тема № 2.9. Рекламные продукты в материале	Содержание	6
	Выполнение рекламных продуктов	
	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие №15. Выполнение рекламных продуктов в материале. Оборудование	6
Текущий контроль – просмотр выполненных работ		
Раздел 3. Создание и проведение презентации		
Тема № 3.1. Верстка слайдов в программе	Содержание	6
	Выполнение вёрстки рекламных продуктов с использованием различных программ	

	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие №16. Основное программное обеспечение. PowerPoint, Adobe Illustrator, Prezi, Canva	6
Тема № 3.2. Визуальное наполнение презентации: графические решения	Содержание	4
	Подготовка визуальных материалов для наполнения презентации	
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие №17. Обработка информации. Работа с фотографиями. Элементы инфографики: пиктограммы, схемы, графики	4
Тема № 3.3. Построение защиты: речь, презентация	Содержание	4
	Организация проведения презентаций	
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие №18. Проведение презентации. Речь. Звуковое оформление	4
Текущий контроль - просмотр выполненных работ		
Самостоятельная работа – выполнение курсового проекта		12
Консультации		16
Промежуточная аттестация по МДК – курсовая работа		2
Всего за семестр:		80
Практики	ПП.04.01 Производственная практика, Создание рекламного контента для продвижения марки / бренда / организации (преддипломная)	72
	Промежуточная аттестация – зачет с оценкой	
Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен по модулю		12
Всего:		322

3. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПО ПМ.04

3.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта)

1. расширение, систематизация и закрепление теоретических и практических знаний;
2. освоение общих и профессиональных компетенций;
3. приобретение опыта творческого мышления, обобщения и анализа;
4. приобщение к работе со справочной, специальной и нормативной литературой;
5. применение современных методов организационного, правового, экономического и социального анализа, оценки, сравнения, выбора и обоснования предлагаемых решений;
6. развитие интереса к научно-исследовательской работе.

3.2 Типовая тематика курсовой работы (проекта)

«Разработка рекламных кампаний для ...» (студенты самостоятельно выбирают объект рекламной кампании)

3.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта)

По содержанию и структуре курсовая работа практического характера состоит из:

1. введения, в котором раскрывается актуальность и значение темы, формулируются цели и задачи работы;
2. основной части, которая состоит из двух глав: в первой главе содержатся теоретические основы разрабатываемой темы; второй главой является практическая часть, которая представлена эскизами и бренд-буком;
3. заключения, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно возможностей практического применения материалов работы;
4. списка используемых источников;
- 5) приложений;
- 6) отчета о проверке курсовой работы на заимствования, оригинальность текста не менее 50%.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Для реализации программы должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинеты «Рекламного проектирования», оснащенные оборудованием.
Лаборатории «компьютерной графики», «видеостудия», «фотостудия»

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

4.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг: учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2026. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/153361.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>
3. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145168.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная

1. Выполнение рекламных проектов в материале. Курсовое проектирование [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Сивунова М. Е. — СПб.: СПбГУПТД, 2022.— 23 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022184, по паролю.
2. Сивунова М Е Выполнение рекламных проектов в материале. МДК.02.01 [Электронный ресурс]: практикум / Сивунова М Е — СПб.: СПбГУПТД, 2022.— 43 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022181, по паролю.
3. Понарина Е. А. МДК «Техника и технологии рекламного видео». Выбор и использование оборудования, инструментов и материала для создания видеопродукции. ПМ «Производство рекламной продукции» [Электронный ресурс]: практикум / Понарина Е. А. — СПб.: СПбГУПТД, 2024.— 37 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2024128, по паролю.

4.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>
4. Сайт Федеральной антимонопольной службы[сайт]. — URL: <https://fas.gov.ru/>

5. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
МДК.04.01 Копирайтинг. Презентация рекламной кампании		
Отлично	Обучающийся самостоятельно разрабатывает рекламный текст и творческие аспекты; создает визуальные рекламные идеи; составляет рекламные сообщения по жанрам, слоганы; разрабатывает креативный фирменный стиль по желанию заказчика;	Тестирование, практические задания

	уверенно применяет виды логотипов с применением технических элементов	
Хорошо	Обучающийся разрабатывает рекламный текст и творческие аспекты; создает визуальные рекламные идеи; составляет рекламные сообщения по жанрам, слоганы; разрабатывает креативный фирменный стиль по желанию заказчика; применяет виды логотипов с применением технических элементов с дальнейшими корректировками	
Удовлетворительно	Обучающийся разрабатывает рекламный текст и творческие аспекты с ошибками; создает визуальные рекламные идеи с ошибками; составляет рекламные сообщения по жанрам, слоганы; разрабатывает фирменный стиль по желанию заказчика с последующей корректировкой; с ошибками применяет виды логотипов с применением технических элементов с дальнейшими корректировками	
Неудовлетворительно	Обучающийся не разрабатывает рекламный текст и творческие аспекты; не создает визуальные рекламные идеи; не составляет рекламные сообщения по жанрам, слоганы; не разрабатывает креативный фирменный стиль по желанию заказчика; не применяет виды логотипов с применением технических элементов	
МДК.04.02 Разработка и создание рекламных продуктов на основных рекламных носителях		
Отлично	Обучающийся верно применяет вербальные и невербальные способы коммуникации; демонстрирует самостоятельное использование технических средств, программных продуктов и применяет их для создания оригинал-макетов; производит разработку и создание рекламных материалов; разрабатывает рекламные модули для СМИ	практическое задание
Хорошо	Обучающийся применяет вербальные и невербальные способы коммуникации; демонстрирует использование технических средств, программных продуктов и применяет их для создания оригинал-макетов; производит разработку и создание рекламных материалов; разрабатывает рекламные модули для СМИ с небольшими корректировками	
Удовлетворительно	Обучающийся не применяет вербальные и невербальные способы коммуникации; с ошибками демонстрирует использование технических средств, программных продуктов и применяет их для создания оригинал-макетов; производит разработку и создание рекламных материалов; разрабатывает рекламные модули для СМИ с ошибками	
Неудовлетворительно	Обучающийся не применяет вербальные и невербальные способы коммуникации; не демонстрирует использование технических средств, программных продуктов и применяет их для создания оригинал-макетов; не производит разработку и создание рекламных материалов; не разрабатывает рекламные модули для СМИ с небольшими корректировками	
Производственная практика		
Представлены в рабочей программе учебной практики		
ПМ		
Отлично	Обучающийся имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий, используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Демонстрирует знания теоретического и	Теоретические вопросы

	практического материала по теме практической работы, определяет взаимосвязи между показателями задачи, даёт правильный алгоритм решения, определяет междисциплинарные связи по условию задания	
Хорошо	Обучающийся показывает знание учебного материала, усвоение основной литературы, отвечает достаточно подробно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Демонстрирует знания теоретического и практического материала, допуская незначительные неточности, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма решения задания	
Удовлетворительно	Обучающийся в целом освоил практический материал, отвечает не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор способа реализации проекта возможен при наводящих вопросах преподавателя	
Неудовлетворительно	Обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Даёт неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий	