

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования

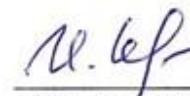
**«Финансовый университет при Правительстве  
Российской Федерации»  
(Финансовый университет)**

**Уральский филиал Финуниверситета**

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Уральского филиала  
Финуниверситета



И.А.Кравченко  
«28» января 2026 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по учебной дисциплине

**ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе**

по специальности 42.02.01 Реклама

Челябинск – 2026 г.

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама

Составитель: Перевозова Ольга Владимировна, к.п.н., преподаватель

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине рассмотрен и рекомендован на заседании предметно-цикловой комиссии профессиональных дисциплин.

Протокол от «27» января 2026 г. № 1.

Председатель  
предметно-цикловой комиссии  
профессиональных

дисциплин

Н.В. Угрюмова

**1. Паспорт фонда оценочных средств  
по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе  
по специальности 42.02.01 Реклама**

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Общие компетенции	Наименование, раздела, темы	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежу точная аттестаци я
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>- составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</li> <li>- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и</li> </ul>	<p>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК.3.2, ПК.4.1, ПК.4.2</p>	<p>Раздел 1. Композиция в рекламе Тема 1.1 Гармония цвета Тема 1.2 Форма и контрформа.</p>	Тест.	Вопросы к дифференцированному зачету

смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.				
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентироваться в определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации;</li> <li>- планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации;</li> <li>- оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</li> <li>- использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;</li> <li>- приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;</li> <li>- порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</li> </ul>	<p>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК.3.2, ПК.4.1, ПК.4.2</p>	<p>Раздел 2. Рисунок в рекламе Тема 2.1 Скetch, набросок, эскиз Тема 2.2 Виды стилизации изображения, процесс упрощения</p>	Тест.	Вопросы к дифференцированному зачету

<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;</li> <li>- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>- кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);</li> <li>- писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика);</li> <li>- лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;</li> <li>- особенности произношения;</li> <li>- правила чтения текстов профессиональной направленности.</li> </ul>	<p>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК.3.2, ПК.4.1, ПК.4.2</p>	<p>Раздел 3 Живопись в рекламе Тема.3.1. Гармония цвета.</p>	<p>Тест.</p>	<p>Вопросы к дифференцированному зачету</p>
---	---	--	--------------	---

Примечание.

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

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.

## 2. Комплект оценочных средств

### Задание 1.

*Прочитайте текст, выберите один верный ответ из четырех предложенных.*

Проанализируйте рекламный плакат нового энергетического напитка, выполненный в контрастной красно-оранжевой гамме. Какое основное свойство цвета и принцип композиции здесь использованы для достижения максимального визуального воздействия?

- a) Использованы теплые цвета, которые создают ощущение прохлады и спокойствия, и принцип нюанса для тонкого привлечения внимания.
- b) Использованы теплые цвета, активно привлекающие внимание и возбуждающие нервную систему, и принцип контраста для усиления эффекта.
- c) Использованы холодные цвета, ассоциирующиеся с энергией, и принцип тождества для унификации сообщения.
- d) Использованы пастельные тона для создания фона и принцип симметрии для ощущения стабильности.

### Задание 2.

*Прочитайте текст, выберите один верный ответ из четырех предложенных.*

Рассмотрите рекламный макет парфюмерии (условное изображение: флакон расположен в правом нижнем углу, от него вверх по диагонали идет легкая, размытая спираль, в левом верхнем углу - лаконичный слоган). Какой принцип композиции использован для создания динамики и привлечения внимания к ключевому объекту (флакону)?

- a) Статичная симметрия - уравновешенное расположение элементов относительно центральной оси.
- b) Золотое сечение - математическая пропорция, делящая пространство в соотношении примерно 1:1.618.
- c) Диагональная композиция - расположение ключевых элементов и направлений по диагонали, что создает движение и напряжение.
- d) Ритм и повтор - использование одинаковых или похожих элементов, следующих друг за другом.

### Задание 3

*Прочитайте текст, выберите один верный ответ из четырех предложенных.*

В логотипе новой энергетической компании используется стилизованное изображение молнии, собранное из острых, ломаных треугольников и резких контрастов чёрного и

жёлтого. Какое выразительное средство рисунка и формата является основным для передачи идеи скорости и мощности?

- a) Пятно - использование силуэта и крупных цветовых плоскостей без детализации.
- b) Линия плавная и округлая - создаёт ощущение мягкости, экологичности, дружелюбия.
- c) Линия ломаная, угловатая - передает агрессию, динамику, резкость, технологичность.
- d) Штриховка - система параллельных или перекрестных линий для передачи тона и фактуры.

#### **Задание 4**

*Прочитайте текст, выберите один верный ответ из четырех предложенных.*

Для рекламной кампании спа-салона «Тишина» дизайнер разрабатывает плакат. Основная задача - вызвать ощущение полного спокойствия, безмятежности и чистоты. Какую цветовую гармонию и тональность следует выбрать как наиболее соответствующую задаче?

- a) Полихромия (многоцветие) с яркими, насыщенными цветами - для создания праздничного и энергичного настроения.
- b) Контрастная гармония (например, оранжевый и синий) - для максимальной визуальной активности и привлечения внимания.
- c) Ньюансная гармония в холодной гамме (оттенки голубого, сине-зелёного, белый) - для создания ощущения прохлады, свежести, стерильности и покоя.
- d) Тёплая монохромия (оттенки коричневого, бежевого, охра) - для передачи уюта и природной естественности.

#### **Задание 5**

*Прочитайте текст, выберите несколько верных ответов из четырех предложенных.*

Для плаката благотворительного фонда, помогающего детям, выбран кадр: крупный план улыбающегося ребенка, расположенный по центру. Фон размыт, текст слоган расположен внизу. Какие два утверждения верно характеризуют выбранные композиционные приемы?

- a) Центральная композиция обеспечивает мгновенное распознавание главного объекта.
- b) Диагональное построение создает ощущение драмы и движения.
- c) Прием изоляции (размытие фона) помогает сконцентрировать внимание на эмоции ребенка.
- d) Активное использование ритма и повтора делает плакат динамичным.

#### **Задание 6**

*Прочитайте текст, выберите несколько верных ответов из четырех предложенных.*

При разработке упаковки для нового «растительного» йогурта были использованы два основных цвета: белый и различные оттенки зеленого (от салатного до травяного). Какие две цели, скорее всего, преследовал дизайнер этой цветовой схемой?

- a) Вызвать ассоциации с натуральностью, свежестью и экологичностью.
- b) Создать эффект визуального контраста для привлечения внимания на полке.
- c) Сформировать ощущение технологичности и инновационности продукта.
- d) Передать ощущение чистоты и натуральности продукта.

#### **Задание 7**

*Прочитайте текст, выберите несколько верных ответов из четырех предложенных.*

Логотип строительной компании выполнен в виде стилизованного изображения дома, состоящего из строгих прямоугольников и треугольников, с четкими контурами. Какие два свойства бренда передаются через такой графический язык?

- a) Надежность, устойчивость и профессионализм.
- b) Динамичность, скорость и авантюризм.
- c) Творческий хаос и художественная свобода.
- d) Четкость, структурированность и порядок.

### **Задание 8**

*Прочитайте текст, выберите несколько верных ответов из четырех предложенных.*

При разработке визуала для рекламы элитного вечернего платья используется черно-белая фотография. Платье изображено в движении, его силуэт мягко контрастирует с размытым световым фоном, а основной акцент сделан на текстуре ткани и плавности линий. Какие два выразительных средства являются ключевыми для создания образа изящества и драматизма?

- 1. Жесткий геометрический рисунок и ломаные линии для передачи современности.
- 2. Работа с тональным контрастом для выделения силуэта и объема.
- 3. Активное использование полихромии (многоцветия) для эмоционального воздействия.
- 4. Доминирование пластичных, мягких линий для передачи ощущения потока и грации.

### **Задание 9**

Какой классический композиционный прием, основанный на делении плоскости в пропорции примерно 1:1.618, был использован дизайнером для такого смещения ключевого объекта и создания гармоничной, но динамичной картинке?

Ответ: \_\_\_\_\_

### **Задание 10**

Как называется тип цветовой гармонии, в которой используется только один цветовой тон, но с вариациями по насыщенности и светлоте?

Ответ:

### **Задание 11**

Какая обобщающая категория графических техник и стилей, противопоставляемая четкой компьютерной графике и ориентированная на передачу художественной, аутентичной фактуры, здесь применена?

Ответ: \_\_\_\_\_

### **Задание 12**

Как называется основополагающий композиционный принцип, который описывает такое последовательное, по степени важности, распределение внимания зрителя между элементами?

Ответ: \_\_\_\_\_



### Задание 13

Установите соответствие между композиционным приемом (обозначено цифрами) и его кратким описанием и целью использования (обозначено буквами).

Композиционные приемы:

1. Асимметрия с контрастом
2. Симметрия
3. Ритм
4. Ньюанс

Описания:

- a) Равновесие, достигнутое зеркальным или почти зеркальным расположением элементов относительно оси. Создает впечатление стабильности, порядка и формальности.
- b) Равновесие, построенное на противопоставлении разных по размеру, тону или форме элементов. Создает динамику и визуальную активность
- c) Мягкое, постепенное изменение свойств элементов (размера, тона, интервала). Создает ощущение спокойствия, целостности и развития.
- d) Закономерное чередование или повторение элементов. Создает движение, направляет взгляд и объединяет композицию.

### Задание 14

Установите соответствие между типом цветовой гармонии (обозначено цифрами) и рекламным продуктом, для которого она наиболее характерна и уместна (обозначено буквами).

Типы гармоний:

1. Монохромная
2. Комплементарная (контрастная)
3. Аналоговая
4. Триада

Рекламные продукты:

- a) Плакат яркого городского фестиваля или циркового шоу, цель — передать ощущение праздника, энергии и разнообразия.
- b) Упаковка элитного парфюма в оттенках одного сложного цвета с разной светлотой. Цель — передать глубину, изысканность и единство образа.
- c) Реклама энергетического напитка, использующая противоположные цвета (например, оранжевый и синий) для создания эффекта "взрыва" и привлечения внимания.
- d) Брендинг экологического кафе, использующий соседние в круге цвета (зеленый, салатовый, желто-зеленый) для создания образа натуральности и гармонии с природой.

### Задание 15

Установите соответствие между графическим стилем или техникой иллюстрации (обозначено цифрами) и рекламной задачей или продуктом (обозначено буквами).

Стили иллюстрации:

1. Четкая векторная графика
2. Гиперреалистичная цифровая живопись
3. Текстурированный скетч (карандаш, уголь)
4. Плоский коллаж из цветных силуэтов

Рекламные задачи/продукты:

- a) Создание образа премиального гаджета, где необходимо безупречно показать каждую деталь, материал и блик для демонстрации высокого качества.
- b) Иллюстрация для сайта fintech-стартапа, требующая понятных, масштабируемых и современных пиктограмм, инфографики.

- с) Рекламный плакат для выставки современного искусства, где важна концептуальность, игра форм и лаконичность.
- д) Реклама мастер-класса по кулинарии или виноделию, где нужно передать ощущение авторского подхода, ручной работы и творческого процесса.

### Задание 16

Установите соответствие между средством рисунка и живописи (обозначено цифрами) и впечатлением или свойством, которое оно помогает передать в рекламном изображении (обозначено буквами).

Средства:

1. Резкий тоновой контраст (черное/белое)
2. Мягкая, воздушная растяжка цвета (градиент)
3. Фактурный, энергичный мазок
4. Четкая, непрерывная контурная линия

Впечатления:

- а) Технологичность, ясность, определенность формы. Часто используется в технических схемах и современном брендинге.
- б) Драматизм, конфликт, уверенность. Эффективно привлекает внимание и создает запоминающийся сильный образ.
- с) Динамика, экспрессия, рукотворная энергия. Передает творческий порыв или натуральность продукта.
- д) Плавность, нежность, глубина пространства. Может создавать ощущение мечты, легкости или объема.

### Задание 17

Установите правильную логическую последовательность ключевых этапов работы над композицией рекламного макета, начиная с получения задачи.

Элементы для последовательности:

1. Разработка и отрисовка финального, детализированного варианта макета.
2. Создание быстрых композиционных набросков (скетчей, thumbnail) для поиска идеи.
3. Анализ технического задания (ТЗ) и целевой аудитории.
4. Выбор и проработка лучшего эскиза: определение тональных и цветовых отношений, точное расположение элементов.

### Задание 18

Установите правильную последовательность традиционных стадий работы над живописной иллюстрацией (например, для рекламы парфюма или вина).

Элементы для последовательности:

1. Лессировка — нанесение тонких, прозрачных слоев краски для обогащения цвета и достижения глубины.
2. Подмалевок — определение основных цветовых и тональных пятен, общая композиция в цвете.
3. Детальная проработка — уточнение формы, текстуры, расстановка главных акцентов и бликов.
4. Композиционный набросок карандашом или углем (набросок конструкции).

### Задание 19

Расположите этапы разработки ключевого визуала (например, персонажа или стилизованного объекта) для новой серии соков в правильной последовательности.

Элементы для последовательности:

1. Цветовое решение в соответствии с айдентикой бренда и психологией восприятия.
2. Стилизация и очистка контура, доведение изображения до готового векторного или растрового вида.
3. Анализ рынка и создание серии быстрых набросков (скетчей) с разными характерами персонажа/объекта.
4. Проработка формы и объема выбранного варианта (тональный рисунок, светотень).

### Задание 20

В каком порядке профессионально анализировать готовое рекламное изображение (плакат, обложку), чтобы оценить его эффективность?

Элементы для последовательности:

1. Анализ средств выразительности (графика, цвет, линия, фактура) и их соответствия задаче.
2. Оценка общего композиционного решения: доминанта, статика/динамика, ритм.
3. Определение главной рекламной идеи и того, как она визуальна выражена.
4. Вывод о воздействии на целевую аудиторию и четкости коммуникации.

### Ключи к оцениванию

№ задания	Верный ответ	Критерии	Тип заданий	Уровень сложности	Код компетенции	Время выполнения задания
1	б	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	повышенный	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	3-5 мин
2	с	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных Задание закрытого типа на установление последовательности	повышенный	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	3-5 мин
3	с	1 б – полное правильное соответствие	Задание комбинированного типа с	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03	1-3 мин

		0 б – остальные случаи	выбором одного верного ответа из предложенных		ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	
4	с	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3 мин
5	а, с	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из предложенных	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3 мин
6	а, d	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из предложенных	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3 мин
7	а, d	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из предложенных	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3 мин
8	b, d	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из предложенных	повышенный	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	3-5 мин

9	Золотое сечение	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	5-10 мин
10	Монохромия	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание открытого типа с развернутым ответом	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3 мин
11	Живописность	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	5-7 мин
12	Визуальная иерархия	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание открытого типа с развернутым ответом	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3 мин
13	1 – b, 2 – a, 3 – d, 4 – c	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание закрытого типа на сопоставление	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3 мин
14	1 – b, 2 – c, 3 – d, 4 – a	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание закрытого типа на сопоставление	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2	1-3 мин

					ПК 4.1 ПК 4.2	
15	1 – b, 2 – a, 3 – d, 4 – c	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание закрытого типа на сопоставление	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3 мин
16	1 – b, 2 – d, 3 – c, 4 – a	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание закрытого типа на сопоставление	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3 мин
17	3241	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание закрытого типа на последовательно сти	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3мин
18	4231	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание закрытого типа на последовательно сти	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3мин
19	3412	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание закрытого типа на последовательно сти	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	1-3мин
20	3214	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные	Задание закрытого типа на последовательно сти	базовый	ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05	1-3мин

		случаи			ОК 09 ПК 3.2 ПК 4.1 ПК 4.2	
--	--	--------	--	--	-------------------------------------	--