

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования

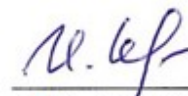
**«Финансовый университет при Правительстве  
Российской Федерации»  
(Финансовый университет)**

**Уральский филиал Финуниверситета**

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Уральского филиала  
Финуниверситета



И.А.Кравченко  
«28» января 2026 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по учебной дисциплине

**ОП.03 История экранных искусств**

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: Угрюмова Наталья Викторовна, к.э.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.03 История экранных искусств  
по специальности 42.02.01 Реклама**

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Общие компетенции	Наименование, раздела, темы	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуто чная аттестация
<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 смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов</li> </ul>	<p>ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3</p>	<p>Раздел 1. Эволюция рекламы.</p> <p>Тема 1.1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия).</p> <p>Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века.</p> <p>Тема 1.2. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России.</p> <p>Тема 1.3. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов.</p> <p>Тема 1.4. Реклама 90х-2000х.</p>	Тест.	Вопросы к дифференцированному зачету

решения профессиональной деятельности.	задач			
<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;</li> <li>- 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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3</p>	<p>Раздел 2. Современная реклама.</p> <p>Тема 2.1. Современные направления в рекламе.</p> <p>Тема 2.2. Ведущие рекламные агентства и их работы.</p> <p>Тема 2.3. Креативные методы, используемые в современной рекламе.</p> <p>Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ.</p>	Тест.	Вопросы к дифференцированному зачету

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 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

## 2. Комплект оценочных средств

### Задание 1.

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

В рекламном ролике используется приём быстрой смены кадров, смонтированных не по логике повествования, а по ритму и эмоциональному впечатлению. Этот приём, активно использовавшийся в советском киноавангарде 1920-х годов, называется:

- a) Длинный план
- b) Голливудский монтаж
- c) Монтаж аттракционов
- d) План-эпизод

### Задание 2.

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

Стилистика многих современных музыкальных клипов и рекламы, где действие разворачивается в гиперреалистичном цифровом пространстве, напрямую восходит к эстетике одного из направлений кино. Как называется это направление, зародившееся в конце 1990-х, для которого характерны «глянцевый» визуал, фетишизация технологий и сюрреалистичные сюжеты?

- a) Итальянский неореализм
- b) Французская новая волна
- c) Посткиберпанк (или «метамодернистское кино»)
- d) Dogme 95

### Задание 3

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

Какой принцип, сформулированный французским режиссёром Робером Брессоном и гласящий, что «изображение и звук не должны иллюстрировать, а дополнять друг друга, создавая новое качество», является фундаментальным для создания качественного звукового оформления в рекламном видео?

- a) Принцип контрапункта
- b) Принцип не-выразительности (или аскетичности)
- c) Принцип синхронизации

- d) Принцип лейтмотива

#### **Задание 4**

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

Рекламный ролик построен как серия коротких, эмоционально насыщенных сцен из жизни разных людей, объединённых одним продуктом. Эта структура, ставшая популярной благодаря сериалам 2000-х, носит название:

- a) Линейное повествование
- b) Полифоническое повествование (или антология)
- c) Циклическое повествование
- d) Эпическое повествование

#### **Задание 5**

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

Какие два приёма из немецкого экспрессионизма 1920-х годов (фильмы «Кабинет доктора Калигари», «Носферату») активно используются в современной рекламе для создания атмосферы тревоги, таинственности или для подачи «тёмного» премиум-бренда?

- a) Естественное, документальное освещение
- b) Резкие контрасты света и тени (chiaroscuro)
- c) Деформация пространства и неестественные ракурсы
- d) Натуралистичная игра актёров

#### **Задание 6**

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

Какие два принципа, провозглашённые манифестом движения «Догма 95», оказали влияние на эстетику «реалистичной», «самодельной» рекламы в стиле found footage для брендов, позиционирующих себя как аутентичные?

- a) Съёмка должна производиться на натуре, без декораций и реквизита
- b) Использование только компьютерной графики
- c) Звук не должен быть отделён от изображения (синхронная запись)
- d) Обязательное использование хромакея

#### **Задание 7**

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

Какие два формата телевизионного контента, появившиеся во второй половине XX века, стали прямыми предшественниками современного инфотеймента (infotainment) и нативной рекламы в видеопродакшене?

- a) Телевизионные новости в прямом эфире
- b) Ток-шоу
- c) Телевизионные журналы (новостно-развлекательные программы)
- d) Художественные сериалы

#### **Задание 8**

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

С появлением и развитием каких двух технологий кинематографа конца XX века связано рождение и расчёт формата блокбастера, который, в свою очередь, повлиял на стратегию создания крупных рекламных кампаний-событий?

- a) Компьютерная графика (CGI)
- b) Чёрно-белая плёнка
- c) Технологии surround sound (Dolby Digital)
- d) Немой кинематограф

#### **Задание 9**

Как называется основополагающий приём анимации, впервые массово применённый Уолтом Диснеем, при котором персонаж сначала рисуется в ключевых фазах движения, а промежуточные кадры дорисовываются позже? Этот же принцип лежит в основе создания раскадровки для рекламного ролика.

Ответ: \_\_\_\_\_

#### **Задание 10**

Какой термин, заимствованный из теории кино и обозначающий визуальную метафору, когда один объект или кадр сменяется другим, имеющим визуальное или смысловое сходство, часто используется в монтаже рекламных роликов для создания плавных ассоциативных переходов?

Ответ: \_\_\_\_\_

#### **Задание 11**

Как называется краткая, эмоционально заряженная сцена, часто без слов, которая в сериалах и рекламе используется для передачи настроения, атмосферы или характера персонажа за несколько секунд?

Ответ: \_\_\_\_\_

#### **Задание 12**

Какой исторический этап развития телевидения, характеризующийся переходом от аналогового вещания к цифровому, привёл к взрывному росту количества каналов и, как следствие, к фрагментации аудитории и необходимости более точечного таргетинга в телерекламе?

Ответ: \_\_\_\_\_

#### **Задание 13**

Соответствие между направлением в истории кино и его характерным приёмом, используемым в современной рекламе.

- 1. Французская новая волна
- 2. Голливудская классика (золотой век)
- 3. Советский монтажный кинематограф 1920-х
- 4. Кино нуар
- a) Использование «дробного» монтажа для создания напряжённого драматического ритма (крупный план рук, глаз, деталей).
- b) «Прыгающий» монтаж, съёмка скрытой камерой, обращение актёра к зрителю для создания эффекта спонтанности и достоверности.
- c) Построение кадра по принципу «золотого сечения», чёткая трёхактная структура для ясного донесения сообщения.

d) Низкие углы съёмки, драматическое чёрно-белое или контрастное цветовое решение для создания образа загадочного, стильного продукта.

#### **Задание 14**

Соответствие между этапом развития экранных искусств и его ключевым вкладом в язык рекламы.

1. Немое кино
  2. Золотой век голливудских мюзиклов
  3. Эра музыкальных телевизионных каналов (MTV)
  4. Эпоха потоковых сервисов (Netflix)
- a) Доказательство эффективности синтеза изображения, музыки и хореографии для создания яркого эмоционального образа бренда.
  - b) Создание универсального визуального языка жестов, крупных планов и монтажа, не требующего перевода.
  - c) Формирование культуры «брендинга через видео» и понимание, что ролик может быть самостоятельным арт-объектом, продвигающим продукт.
  - d) Популяризация сериальной нарративной структуры, при которой история бренда рассказывается постепенно, «серия за серией».

#### **Задание 15**

Соответствие между жанром кино/ТВ и его влиянием на форматы рекламного видео.

1. Научная фантастика 60-80-х
  2. Реалити-шоу 2000-х
  3. Документальное кино Direct Cinema
  4. Клиповая культура (music videos)
- a) Формат «день из жизни бренда» или «как это работает» с акцентом на подлинность и отсутствие постановки.
  - b) Эстетика «закулисья», использование разговорной речи, «непричёсанных» героев для создания эффекта доверия.
  - c) Формирование визуального канона «технологического будущего» продукта: чистые линии, голографические интерфейсы, «умные» устройства.
  - d) Доминирование динамичного монтажа, яркой цветокоррекции и приоритета визуального ритма над линейным сюжетом.

#### **Задание 16**

Соответствие между именем режиссёра/теоретика и его концепцией, важной для создания рекламного сообщения.

1. Альфред Хичкок
  2. Сергей Эйзенштейн
  3. Дзига Вертов
  4. Жан-Люк Годар
- a) Концепция «киноглаза» - камера как инструмент, видящий мир более совершенно, чем человеческий глаз; основа для имитации субъективного взгляда в рекламе (POV).
  - b) Теория «монтажа аттракционов» - ударное сопоставление кадров для вызова у зрителя конкретной эмоции или мысли.
  - c) Принцип использования саспенса (напряжённого ожидания) для удержания внимания зрителя и разрядки в кульминации (показ продукта).
  - d) Приём остранения (отстранённой игры), разрушение «четвёртой стены» для создания интеллектуальной провокации и запоминаемости.

#### **Задание 17**

Последовательность исторического развития основных носителей экранного искусства.



1. Кинетоскоп, немое кино
2. Звуковое кино, появление телевидения
3. Цветное телевидение, видеомагнитофоны
4. Цифровые носители, потоковые сервисы, VR/AR

### Задание 18

Последовательность этапов создания традиционного анимационного рекламного ролика (по аналогии с классической полнометражной анимацией).

1. Написание сценария и создание раскадровки (сториборд)
2. Запись референсного аудио (озвучка, музыка)
3. Отрисовка ключевых кадров и фаз движения
4. Заливка цветом, композитинг и добавление спецэффектов

### Задание 19

Эволюция доминирующих форматов рекламы на телевидении.

1. Прямые трансляции с участием дикторов, читающих текст рекламы
2. Короткие игровые рекламные ролики (15-30 секунд)
3. Продакт-плейсмент внутри телевизионных шоу и сериалов
4. Интерактивная реклама с возможностью моментальной покупки через Smart TV

### Задание 20

Последовательность работы над звуковым оформлением рекламного ролика в ключе голливудской модели постпродакшена.

1. Запись чистого звука на площадке (синхронные шумы, диалоги)
2. Аудиомонтаж, шумоочистка, создание библиотеки звуков (фоли)
3. Написание и запись саунд-дизайна и музыки
4. Сведение всех звуковых дорожек, финальный мастеринг

### Ключи к оцениванию

№ задания	Верный ответ	Критерии	Тип заданий	Уровень сложности	Код компетенции	Время выполнения задания
1	с	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	3-5 мин
2	с	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 1.4,	3-5 мин

			Задание закрытого типа на установление последовательности		ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	
3	b	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3 мин
4	b	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3 мин
5	b, c	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3 мин
6	a, c	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3 мин
7	b, c	1 б – полное правильное соответствие	Задание комбинированного типа с	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03,	1-3 мин

		0 б – остальные случаи	выбором нескольких верных ответов из предложенных		ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	
8	а, с	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	3-5 мин
9	Ключевые кадры	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	5-10 мин
10	Монтажная склейка-метафора	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3 мин
11	Виньетка	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	5-7 мин

12	Цифровизация	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3 мин
13	1-b, 2-c, 3-a, 4-d	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3 мин
14	1-b, 2-a, 3-c, 4-d	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3 мин
15	1-c, 2-b, 3-a, 4-d	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3 мин
16	1-c 2-b, 3-a, 4-d	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 1.4, ПК 2.2,	1-3 мин

					ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	
17	1234	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3мин
18	1234	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3мин
19	1234	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3мин
20	1234	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 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3	1-3мин