

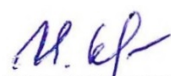
Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
**«Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»
(Финансовый университет)**

Уральский филиал Финуниверситета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Уральского филиала
Финуниверситета



И.А.Кравченко

«28» января 2026 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(по профилю специальности)
по специальности 42.02.01 Реклама**

**ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического
планирования рекламных и коммуникационных кампаний,
акций, мероприятий**

Челябинск – 2026 г.

Фонд оценочных средств для проведения производственной практики (по профилю специальности) 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 для проведения производственной практики (по профилю специальности) рассмотрен и рекомендован на заседании предметно-цикловой комиссии профессиональных дисциплин.

Протокол от «27» января 2026 г. № 6

Председатель
предметно-цикловой комиссии
профессиональных дисциплин



Н.В. Угрюмова

1. Паспорт фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов по ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий.

Фонд оценочных средств разработан на основании рабочей программы производственной практики ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий

Результаты обучения (знания, умения)	Общие и профессиональные компетенции	Наименование оценочного средства	
		Текущая аттестация	Промежуточная аттестация
1	2	3	4
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструменты рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей; - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; 	<p>ОК 01–09 ПК 2.1-2.2</p>	<p>Перечень заданий производственной практики</p>	<p>Дифференцированный зачет, в форме представления результатов обучения в рамках пройденной обучающимся практики (защита отчета)</p>

<ul style="list-style-type: none"> - структуру брифа и требования к нему; важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании. 			
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять ключевые цели рекламной кампании - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций; - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; 	<p>ОК 01–09 ПК 2.1-2.2</p>	<p>Перечень заданий производственной практики</p>	

<ul style="list-style-type: none"> - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. 			
--	--	--	--

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 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

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

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование 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.

Перечень заданий производственной практики(по профилю специальности)

1. Сформулируйте миссию организации — базы практики.
2. Проведите SWOT-анализ деятельности рекламного отдела (или агентства).
3. Охарактеризуйте одну из целевых аудиторий (ЦА) компании.
4. Проведите сравнительный анализ двух рекламных макетов конкурентов (укажите бренды).
5. Проанализируйте сайт компании на предмет юзабилити и соответствия бренду.
6. Определите ключевое УТП (уникальное торговое предложение) компании.
7. Сформулируйте SMART-цель для предстоящей рекламной кампании компании.
8. Определите тип рекламной стратегии (рациональная/эмоциональная) для продвижения нового продукта.
9. Составьте медиакарту (перечень СМИ) для размещения наружной рекламы в городе.
10. Разработайте структуру рекламного бюджета на одно мероприятие.
11. Определите KPI (ключевые показатели эффективности) для проводимой email-рассылки.

12. Предложите 3 идеи для вовлекающего поста в социальных сетях компании.
13. Составьте контент-план для аккаунта компании на неделю.
14. Напишите текст для рассылки в мессенджере (WhatsApp/Telegram) о распродаже.
15. Разработайте сценарий для короткого (15 сек) видеоролика для Instagram Reels/TikTok.
16. Предложите формат и механику проведения конкурса в соцсетях для увеличения охвата.
17. Составьте техническое задание (ТЗ) дизайнеру на разработку листовки формата А5.
18. Подберите шрифтовую пару (заголовок + основной текст) для макета в журнал.
19. Опишите требования к макету для офсетной печати (по каким параметрам его проверить).
20. Подберите тип сувенирной продукции с логотипом для партнеров компании.
21. Создайте эскиз (скетч) макета для наружной рекламы (билборд).
22. Напишите 5 вариантов заголовков (слоганов) для одного рекламного объявления.
23. Разработайте структуру коммерческого предложения (КП) для потенциального клиента.
24. Подготовьте текст для сценария исходящего звонка менеджера по продажам.
25. Оцените эффективность одного из размещенных постов в соцсетях за прошедший месяц.

Ключи к оцениванию

№ задания	Верный ответ	Критерии	Тип заданий	Уровень сложности	Код компетенции	Время выполнения задания
1	Краткое, но емкое выражение философии и предназначения компании, ее отличительная особенность	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
2	Таблица, содержащая минимум 2-3 пункта в каждом разделе: Сильные стороны, Слабые стороны, Возможности и Угрозы.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
3	Краткий портрет потребителя (пол, возраст, интересы, боли, медиапредпочтения) для конкретного	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин

	продукта/услуги					
4	Вывод о том, чей макет эффективнее с точки зрения визуала, УТП и призыва к действию и почему.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
5	Список из 3 рекомендаций по улучшению интерфейса или контента сайта.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
6	Одна фраза, отражающая главное конкурентное преимущество	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
7	Цель, соответствующая критериям: Конкретной, Измеримой, Достижимой, Релевантной и Ограниченной во времени	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
8	Обоснованный выбор стратегии с указанием причины	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
9	Список из 5-10 конкретных адресов билбордов/сити лайтов с обоснованием выбора	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
10	Таблица с разделами: «Разработка макета», «Печать», «Размещение/Площадка», «Оплата агентству»	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
11	Перечень метрик: Open Rate (процент открытых писем), Click	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	повышенный	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин

	Rate (процент переходов), Conversion Rate					
12	Конкретные темы постов: опрос, конкурс репостов, полезная инструкция, связанная с товаром	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	повышенный	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
13	Расписание постов на 7 дней с указанием темы, формата (пост/сторис/видео) и рубрики	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	повышенный	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
14	Короткий текст (до 500 символов) с эмодзи, УТП и активной ссылкой	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	повышенный	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
15	Описание сюжета по кадрам (раскадровка): первые 3 секунды (зацепка), основная часть, логотип в конце	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	повышенный	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
16	Условия конкурса («Отметь друга», «Сделай репост»), приз и дата подведения итогов	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
17	Структура ТЗ: формат, цветность, обязательные элементы (логотип, текст, контакты), стиль, примеры референсов	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
18	Названия двух сочетающихся шрифтов	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
19	Цветовая модель CMYK, разрешение 300 dpi, наличие	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин

	вылетов под обрез (3-5 мм), перевод кривых	случаи				
20	Конкретный предмет (ежедневник, powerbank, экосумка) с обоснованием его полезности для ЦА	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
21	Рисунок от руки или в графическом редакторе с примерным расположением основных блоков (логотип, изображение, слоган)	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
22	5 коротких фраз, отражающих суть предложения с разных сторон	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
23	План документа: проблема клиента, наше решение, выгоды, стоимость, кейсы, контакты	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
24	Диалог: приветствие, представление, выявление потребности (2 вопроса), презентация, работа с возражениями	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин
25	Краткий вывод: какой пост собрал максимум реакций/перехо дов и гипотеза, почему это сработало	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	высокий	ОК 01–09 ПК 2.1-2.2	3-5 мин