

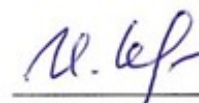
Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
**«Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»
(Финансовый университет)**

Уральский филиал Финуниверситета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Уральского филиала
Финуниверситета



И.А.Кравченко
«28» января 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по профессиональному модулю

**ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных
креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носи-
телях**

по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю разработан на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

Составитель:

Угрюмова Наталья Викторовна, к.э.н., преподаватель

Согласовано: генеральный директор ООО «ИНКИ» Саитгалина Лилия Мавлютдиновна

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю 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
по профессиональному модулю ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях по специальности 42.02.01 Реклама**

Результаты обучения (знания, умения)	Общие и профессиональные компетенции	Наименование темы	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация
1	2	3	4	5
Знания: виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;	МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений			
	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы.	Тест по теме, практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.	Экзаменационные вопросы и задания для устного экзамена по дисциплине
		Тема 2.1. Рекламное проектирование.	Тест по теме, практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.	
		Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы.	Практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.	
		Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде.	Практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.	
		Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы.	Тест по теме, практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.	
		Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы.	Практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.	
	МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения бренда			
	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06,	Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator.	Практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.	Экзаменационные вопросы и задания для устного экзамена по дисциплине

<p>требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</p> <p>технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> использовать поисковые системы интернета использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирование сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; создавать графические материалы рекламного характера; находить идеи и предложения для усиления воздействия 	<p>ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>	<p>Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop.</p>	<p>Тест по теме, практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.</p>	
		<p>Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фотогравирования.</p>	<p>Практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.</p>	
		<p>Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.</p>	<p>Тест по теме, практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.</p>	
		<p>Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.</p> <p>Тема 3.2. Производство рекламной продукции.</p>	<p>Практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.</p> <p>Практическое занятие, решение ситуационных задач, вопросы для устного (письменного) опроса.</p>	

рекламной кампании на ЦА; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты.				
--	--	--	--	--

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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

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.

2. Комплект оценочных средств

Задание 1.

Прочитайте текст, выберите один верный ответ из четырех предложенных.

Какой элемент бренд-платформы является письменным выражением его «личности» и описывает ключевые черты характера, если бы бренд был человеком?

- a) Миссия.
- b) Характер бренда (Brand personality).
- c) Уникальное торговое предложение (УТП).
- d) Позиционирование.

Задание 2.

Прочитайте текст, выберите один верный ответ из четырех предложенных.

Какой из перечисленных форматов рекламы на ТВ обладает наименьшей длительностью и максимальной стоимостью в расчёте на секунду эфира?

- a) Телевизионный ролик 30 секунд.
- b) Телеролик в формате «бимпер» (5-10 секунд).
- c) Рекламная интеграция (product placement) в сериале.
- d) Спонсорство телепередачи.

Задание 3

Прочитайте текст, выберите один верный ответ из четырех предложенных.

Ключевой принцип создания эффективного слогана, предполагающий его краткость, лёгкость для запоминания и произношения, - это:

- a) Эмоциональность.
- b) Уникальность.
- c) Конкретность.
- d) Лаконичность.

Задание 4

Прочитайте текст, выберите один верный ответ из четырех предложенных.

Какой из этапов производства рекламного аудиоролика является завершающим, на котором происходит финальное сведение всех звуковых дорожек (голос, музыка, шумы)?

- a) Запись голоса диктора.
- b) Написание саунд-дизайна.
- c) Сведение и мастеринг.
- d) Написание сценария.

Задание 5

Прочитайте текст, выберите несколько верных ответов из четырех предложенных.

При разработке наружной рекламы (ООН) для скоростной трассы дизайнер обязан учесть два следующих ключевых принципа:

- a) Максимальная лаконичность текста (3-7 слов).
- b) Использование мелкого, изысканного шрифта с засечками.
- c) Высокий контраст и крупные, читаемые элементы.
- d) Подробное описание всех преимуществ продукта.

Задание 6

Прочитайте текст, выберите несколько верных ответов из четырех предложенных.

Какие два элемента являются обязательными для грамотно составленного креативного брифа от клиента к агентству?

- a) Желаемые конкретные цвета и шрифты на усмотрение клиента.
- b) Инсайт о целевой аудитории и её «боли».
- c) Измеримые цели будущей кампании (KPI).
- d) Гарантированное обещание креативов, которые выиграют Cannes Lions.

Задание 7

Прочитайте текст, выберите несколько верных ответов из четырех предложенных.

В радиорекламе для компенсации отсутствия визуального ряда эффективно использовать два следующих приёма:

- a) Длинные монологи продолжительностью более минуты.
- b) Перечисление статистических данных и сложных терминов.
- c) Включение запоминающегося джиггла или звукового логотипа.
- d) Создание ярких звуковых образов и сценографию (использование звукоимитации).

Задание 8

Прочитайте текст, выберите несколько верных ответов из четырех предложенных.

Для создания ощущения премиальности и роскоши в визуальной рекламе (например, в глянцевом журнале) дизайнер может использовать два следующих приёма:

- a) Использование обилия свободного пространства (воздуха) в макете.
- b) Заполнение всего пространства яркими контрастными цветами.
- c) Применение тиснения, конгревного тиснения или УФ-лака в полиграфии.
- d) Использование только растровых изображений низкого разрешения.

Задание 9

Как называется основной визуальный идентификатор бренда, графический знак, который может использоваться без названия компании?

Ответ: _____

Задание 10

Как называется краткий, завершающий рекламное сообщение призыв к целевому действию («Купите», «Узнайте больше», «Позвоните»)?

Ответ: _____

Задание 11

Как называется небольшой текст под заголовком в рекламном макете, который раскрывает основную идею более подробно и ведёт к основному тексту?

Ответ: _____

Задание 12

Как называется предварительный эскиз или схематичный план рекламного ролика, где последовательно изображаются ключевые кадры?

Ответ: _____

Задание 13

Соответствие между элементом фирменного стиля и его описанием.

1. Логотип.
 2. Фирменный цвет (Цветовая палитра).
 3. Фирменный шрифт (Типографика).
 4. Носитель фирменного стиля.
- a) Графическое начертание названия компании или продукта.
b) Конверт, визитка, бланк, папка — материальные объекты, на которых применяется стиль.
c) Набор гарнитур для использования в заголовках и основном тексте.
d) Выбранные и закреплённые цвета, ассоциируемые с брендом.

Задание 14

Соответствие между рекламным носителем и ключевым креативным ограничением/особенностью.

1. Реклама в лифте (лифт-терминалы).
 2. Рекламный модуль в глянцевого журнале.
 3. Аудиореклама на радио.
 4. Цифровой баннер на сайте.
- a) Отсутствие визуала, работа только со звуком, голосом и музыкой.
b) Вертикальный формат, очень короткое время контакта с аудиторией.
c) Возможность интерактивности (клик), ограниченные размеры и вес файла.
d) Высокое качество печати, возможность тактильных эффектов (лак, тиснение).

Задание 15

Соответствие между форматом рекламного текста и его главной задачей.

1. Имиджевый текст.
 2. Продающий текст (коммерческое предложение).
 3. Информационный релиз (пресс-релиз).
 4. Пост в социальных сетях.
- a) Информирование СМИ и публики о новости от компании, формирование информационного повода.
b) Создание и укрепление эмоциональной связи, формирование долгосрочного отношения к бренду.
c) Прямое побуждение к совершению покупки здесь и сейчас, описание выгод.
d) Вовлечение аудитории, стимулирование диалога, повышение узнаваемости.

Задание 16

Соответствие между техническим термином в производстве и его значением.

1. Макет (Layout).
 2. Ключевой визуал (Key Visual).
 3. Баннер (Banner).
 4. Фирменный блок (Logotype).
- a) Готовое к размещению в интернете рекламное изображение стандартных размеров (например, 240x400 px).
b) Основное центральное изображение, на котором строится вся креативная концепция кампании.
c) Предварительная схема расположения всех элементов (текст, изображения, логотип) на носителе.
d) Композиция из логотипа и дополнительных элементов (название, слоган, графический знак).

Задание 17

Последовательность классических этапов создания рекламного сообщения (от идеи к реализации).

Расположите этапы в правильном рабочем порядке.

1. Разработка креативной концепции и создание ключевого визуала/слогана.
2. Анализ задачи, целевой аудитории и рынка (стратегическая фаза).
3. Производство финальных материалов в разных форматах (для ТВ, ООН, Digital).
4. Создание и согласование эскизов, раскадровок, черновиков текстов.

Задание 18

Последовательность расположения элементов в классической печатной рекламе (по силе воздействия). Восстановите типичный порядок, в котором взгляд читателя их сканирует.

1. Иллюстрация (ключевой визуал).
2. Текст-описание (body copy).
3. Заголовок (headline).
4. Логотип и слоган бренда.

Задание 19

Последовательность этапов производства телевизионного рекламного ролика. Установите верную логическую последовательность производственного процесса.

1. Монтаж, цветокоррекция и добавление графики.
2. Подготовительный период (пре-продакшн): кастинг, подбор локаций, создание реквизита.
3. Съёмочный период (продакшн).
4. Разработка сценария и раскадровки.

Задание 20

Последовательность работы над упаковкой товара как рекламным носителем. Расположите шаги в правильной последовательности.

1. Дизайн-макетирование и создание 3D-визуализации.
2. Анализ товарной категории и упаковок конкурентов на полке.
3. Печать пробного тиража и тестирование в фокус-группах.
4. Определение ключевых сообщений и атрибутов, которые должна донести упаковка.

Ключи к оцениванию

№ задания	Верный ответ	Критерии	Тип заданий	Уровень сложности	Код компетенции	Время выполнения задания
1	b	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 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	3-5 мин
2	b	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 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	3-5 мин
3	d	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06,	1-3 мин

			предложенных		ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	
4	с	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание комби- нированного ти- па с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3 мин
5	а, с	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание комби- нированного ти- па с выбором нескольких вер- ных ответов из предложенных	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3 мин
6	б, с	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание комби- нированного ти- па с выбором нескольких вер- ных ответов из предложенных	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3 мин
7	с, d	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание комби- нированного ти- па с выбором нескольких вер- ных ответов из предложенных	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3 мин
8	а, с	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание комби- нированного ти- па с выбором нескольких вер- ных ответов из предложенных	повышен- ный	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	3-5 мин
9	Символ	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание откры- того типа с раз- вернутым отве- том	высокий	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09,	5-10 мин

					ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	
10	Колл-ту-экшн	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 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3 мин
11	Подзаголовок	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 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	5-7 мин
12	Раскадровка	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 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3 мин
13	1-a, 2-d, 3-c, 4-b	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 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3 мин
14	1-b, 2-d, 3-a, 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 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3 мин
15	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 06, ОК 09, ПК 4.1,	1-3 мин

					ПК 4.2, ПК 4.3	
16	1-с, 2-b, 3-a, 4-d	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание закры- того типа на со- поставление	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3 мин
17	3412	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание закры- того типа на по- следовательности	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3мин
18	2431	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание закры- того типа на по- следовательности	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3мин
19	2143	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание закры- того типа на по- следовательности	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3мин
20	1324	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание закры- того типа на по- следовательности	базовый	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	1-3мин