

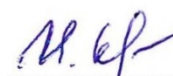
Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
**«Финансовый университет при Правительстве
Российской Федерации»
(Финансовый университет)**

Уральский филиал Финуниверситета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Уральского филиала
Финуниверситета



И.А.Кравченко

«28» января 2026 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)**

по специальности 42.02.01 Реклама

Челябинск – 2026 г.

Фонд оценочных средств для проведения производственной практики (преддипломной практики) 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 (преддипломной практики) рассмотрен и рекомендован на заседании предметно-цикловой комиссии специальных экономических 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 производственной практике (преддипломной практики).

Фонд оценочных средств разработан на основании рабочей программы производственной практики (преддипломной практики).

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"> ~ задачи, цели рекламы и структуру рекламного рынка; ~ способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; ~ аудиторию различных средств рекламы; ~ формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; ~ технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования; ~ методы проектирования рекламного продукта и создания визуального образа; ~ методы психологического воздействия на потребителя; ~ инструменты маркетинга; ~ выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы (композиция, шрифт, графика); ~ приемы создания текстов: принципы и приемы составления рекламных текстов; ~ основные принципы планирования рекламной кампании и составляющие ее бюджета; ~ роль ключевых факторов успеха (КФУ) в разработке стратегии предприятия; ~ методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития; ~ отраслевую терминологию; ~ методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; ~ структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; ~ основы маркетинга; ~ принципы выбора каналов коммуникации; ~ виды и инструменты 	<p>ОК 01-09 ПК 1.1-1.4 ПК 2.1-2.2 ПК 3.1-3.3 ПК 4.1-4.3</p>	<p>Перечень заданий производственной практики (преддипломной практики)</p>	<p><i>Дифференцированный зачет</i>, в форме представления результатов обучения в рамках пройденной обучающимся практики (защита отчета)</p>

<p>маркетинговых коммуникаций; важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; экономические механизмы, показатели деятельности рекламной организации и пути эффективного использования ресурсов; основные федеральные законы, регламентирующие рекламную деятельность, и вопросы авторского права; аспекты планирования рекламы и классификацию целей менеджмента.</p>			
<p>Уметь: производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; проводить сегментирование рынка и выявлять требования целевых групп потребителей; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; рассчитывать бюджет рекламной кампании; составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; проводить процедуры согласования макетов и презентации рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав; контролировать соответствие рекламной продукции рекламной идее и требованиям заказчика. анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; доводить информацию заказчика до целевой аудитории; использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</p>	<p>ОК 01-09 ПК 1.1-1.4 ПК 2.1-2.2 ПК 3.1-3.3 ПК 4.1-4.3</p>	<p>Перечень заданий производственной практики (преддипломной практики)</p>	

<p>создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии;</p> <p>исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале;</p> <p>выбирать и использовать инструменты, оборудование и основные изобразительные средства;</p> <p>уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании;</p> <p>производить качественные аналитические исследования рынка;</p> <p>производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;</p> <p>уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи;</p> <p>преобразовывать требования заказчика в бриф.</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 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 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

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

- 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.
- ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
- 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 4.1. 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.

Перечень заданий производственной практики (преддипломной практики)

1. Расшифруйте аббревиатуру RGB и объясните, для какого типа носителей используется эта цветовая модель.
2. Назовите основной закон, регулирующий рекламную деятельность в РФ.
3. Что такое «модульная сетка» в макетировании?
4. Перечислите три базовых приема композиции, которые должен учитывать дизайнер.
5. Что означает термин «кернинг»?
6. Для чего в рекламном тексте используется заголовок?
7. Дайте определение «фирменному стилю» (айдентике).
8. Какое расширение файла необходимо для сохранения изображения с прозрачным фоном (прозрачностью) для веба?
9. Назовите три основных вида полиграфической продукции.
10. Что такое «треппинг» в доредакционной подготовке?
11. Какое минимальное разрешение (dpi) требуется для качественной офсетной печати?
12. Перечислите два основных формата для создания векторной графики.
13. Что такое «сценарий» в контексте производства рекламного видео?
14. Дайте определение понятию «целевая аудитория» (ЦА).
15. Перечислите как минимум четыре "П" классического комплекса маркетинга (маркетинг-микс).

Ключи к оцениванию

№ задания	Верный ответ	Критерии	Тип заданий	Уровень сложности	Код компетенции	Время выполнения задания
1	Красный, Зеленый, Синий (Red, Green, Blue). Используется для экраных носителей (мониторы, ТВ, мобильные устройства) -5.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01-09 ПК 1.1-1.4	1-3 мин
2	Федеральный закон "О рекламе" № 38-ФЗ -7.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01-09 ПК 2.1-2.7	1-3 мин
3	Система невидимых направляющих.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01-09 ПК 3.1-3.4	1-3 мин
4	1. Целостность 2. Контраст 3. Ритм	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание комбинированного типа на соответствие	базовый	ОК 01-09 ПК 2.1-2.7	1-3 мин
5	Изменение интервала между конкретными парами букв для улучшения визуальной гармонии текста.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание комбинированного типа на соответствие	базовый	ОК 01-09 ПК 4.1-4.7	1-3 мин
6	Для привлечения внимания, формулирования основного коммерческого предложения.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание комбинированного типа на соответствие	базовый	ОК 01-09 ПК 3.1-3.4	1-3 мин
7	Набор визуальных и текстовых элементов (логотип,	1 – полное правильное соответствие	Задание комбинированного	базовый	ОК 01-09 ПК 4.1-4.7	1-3 мин

	цвета, шрифты).	0 – остальные случаи	типа на установление последовательности			
8	PNG -8.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание комбинированного типа на установление последовательности	базовый	ОК 01-09 ПК 1.1-1.4	1-3 мин
9	Визитки, листовки, буклеты.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01-09 ПК 4.1-4.7	1-3 мин
10	Техника наложения соседних цветов для предотвращения появления зазоров при несовмещении красок на печати.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01-09 ПК 3.1-3.4	1-3 мин
11	300 dpi (точек на дюйм)	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01-09 ПК 3.1-3.4	1-3 мин
12	AI (Adobe Illustrator), .CDR (CorelDRAW). (Также допустим .EPS или .SVG).	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01-09 ПК 3.1-3.4	1-3 мин
13	Литературное и постановочное описание событий ролика.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01-09 ПК 3.1-3.4	1-3 мин
14	Группа людей, на которую в первую очередь направлено рекламное сообщение.	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01-09 ПК 3.1-3.4	1-3 мин
15	1.Продукт (Product) 2. Цена (Price) 3. Место продаж (Place) 4. Продвижение (Promotion)	1 – полное правильное соответствие 0 – остальные случаи	Задание открытого типа с ответом	базовый	ОК 01-09 ПК 3.1-3.4	1-3 мин