

государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Магнитогорский педагогический колледж»



**Комплект
контрольно-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**

Магнитогорск, 2025

Комплект контрольно-оценочных средств разработан в соответствии с рабочей программой профессионального модуля **ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**, входящей в состав образовательной программы СПО по специальности **42.02.01 Реклама**.

Разработчик-организация: ГБПОУ «Магнитогорский педагогический колледж»

Авторы-составители:

_____ / Герасимова С.В., преподаватель ГБПОУ «МПК»

Рассмотрено на заседании кафедры гуманитарных дисциплин

протокол № _____ от «___» _____ 2025 г.

Заведующий кафедрой _____ / _____

Паспорт комплекта фондов оценочных средств

Общие положения

Комплект фондов оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения вида деятельности (ВД): **Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях** и составляющих его профессиональных и общих компетенций, образовательной программы по специальности СПО **42.02.01 Реклама**.

Формой аттестации по профессиональному модулю является **экзамен (квалификационный)**. Итогом экзамена является однозначное решение: «**вид деятельности освоен / не освоен**».

Форма проведения экзамена: **выполнение комплексного практического задания и защита портфолио**.

1. Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля

Элемент	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК 04.01. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений на основных рекламных носителях	Экзамен	Наблюдение за выполнением практических работ. Контроль результата выполнения практических работ, самостоятельной работы. Тестирование. Контрольные работы
МДК 04.02. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки / бренда / организации в сети Интернет	Дифференцированный зачет	Наблюдение за выполнением практических работ. Контроль результата выполнения практических работ, самостоятельной работы. Защита практических работ. Тестирование
МДК 04.03. Технология рекламного фото и видео	Дифференцированный зачет	Наблюдение за выполнением практических работ. Контроль результата

		выполнения практических работ, самостоятельной работы. Защита практических работ
УП.04.04. Учебная практика	Дифференцированный зачет	Наблюдение за выполнением работ на учебной практике. Контроль выполнения заданий практики. Защита портфолио
ПП.04.05. Производственная практика	Дифференцированный зачет	Наблюдение за выполнением работ на производственной практике. Контроль выполнения заданий практики. Защита отчёта по практике

2. Результаты освоения профессионального модуля, подлежащие проверке

В результате аттестации по профессиональному модулю комплексная проверка профессиональных и общих компетенций профессионального модуля осуществляется в форме оценки качества выполнения заданий на экзамене.

В результате освоения программы профессионального модуля у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Код	Наименование компетенции
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 финансовой грамотности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста

ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учётом 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 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
ЦК 1	Использовать инструменты искусственного интеллекта для создания рекламного контента
ЦК 2	Применять цифровые инструменты для визуализации, корректуры и обработки рекламных материалов
ЦК 3	Использовать цифровые платформы и сервисы для размещения и аналитики рекламного контента
ЦК 4	Применять цифровые технологии для планирования и организации рекламной деятельности

2.1. Освоение умений и усвоение знаний

Предметом оценки служат знания и умения, предусмотренные ФГОС СПО по профессиональному модулю **ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**, направленные на формирование общих и профессиональных компетенций.

Текущий контроль освоения обучающимися программного материала учебной дисциплины имеет следующие виды: **наблюдение за выполнением практических работ, контроль результата выполнения практических и самостоятельных работ, тестирование, контрольные работы, защита практических работ, защита портфолио.**

МДК 04.01. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений на основных рекламных носителях

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Знать: — основные принципы и технологии создания ключевых вербальных и визуальных сообщений; — специфику различных рекламных носителей и требования к сообщениям на них; — методы поиска и отбора рекламных идей; — принципы копирайтинга и создания рекламных текстов; — основы композиции, цветоведения и типографики; — технологии использования инструментов ИИ для создания контента	Демонстрирует знание принципов создания рекламных сообщений; правильно классифицирует рекламные носители; обоснованно выбирает методы поиска идей; воспроизводит правила копирайтинга; объясняет законы композиции	Тестирование, контрольные работы, устный опрос, экзамен
Уметь: — разрабатывать ключевые вербальные сообщения (слоганы, заголовки, тексты); — разрабатывать ключевые визуальные сообщения (макеты, образы, композиции); — применять инструменты ИИ для генерации рекламного контента; — обосновывать творческие решения; — адаптировать сообщения под разные рекламные носители	Разрабатывает слоганы и тексты в соответствии с tone of voice бренда; создаёт визуальные макеты с соблюдением принципов композиции; применяет нейросети для генерации контента; аргументирует выбор творческих решений	Наблюдение за выполнением практических работ, контроль результата выполнения практических работ, экзамен

МДК 04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Знать: — особенности интернет-среды как канала рекламной коммуникации; — виды рекламного контента для социальных сетей; — принципы контент-маркетинга и SMM; — основы таргетированной рекламы и настройки рекламных кабинетов; — метрики эффективности интернет-рекламы; — основы SEO и контекстной рекламы	Описывает специфику интернет-продвижения; классифицирует форматы контента; объясняет принципы таргетинга; называет ключевые метрики	Тестирование, контрольные работы, устный опрос, дифференцированный зачет
Уметь: — разрабатывать контент-план для социальных сетей; — создавать контент для социальных сетей (посты, stories, видео); — настраивать таргетированную рекламу; — анализировать эффективность интернет-продвижения; — выбирать каналы интернет-коммуникации в соответствии с задачами бренда	Составляет контент-план; создаёт контент для соцсетей; настраивает рекламный кабинет; анализирует метрики; обосновывает выбор каналов	Наблюдение за выполнением практических работ, контроль результата выполнения практических работ, защита практико-ориентированного проекта, дифференцированный зачет

МДК 04.03. Технология рекламного фото и видео

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Знать: — основы фотосъёмки (композиция, освещение, экспозиция); — основы видеосъёмки и видеомонтажа; — специфику рекламной фото-	Описывает правила композиции и освещения; объясняет этапы видеопроизводства; называет форматы фото и	Тестирование, устный опрос, дифференцированный зачет

и видеопродукции; — требования к фото- и видеоконтенту для различных носителей; — технологии обработки изображений и видео; — использование ИИ-инструментов для генерации и обработки фото и видео	видео для разных носителей; перечисляет ИИ-инструменты для фото/видео	
Уметь: — выполнять рекламную фотосъёмку (предметную, имиджевую, для соцсетей); — создавать короткие рекламные видеоролики; — обрабатывать фото- и видеоматериалы в профессиональном ПО; — использовать ИИ-инструменты для генерации и обработки фото/видео	Выполняет фотосъёмку с соблюдением технических требований; создаёт видеоролик; обрабатывает материалы в Adobe Photoshop, Premiere Pro; применяет ИИ-инструменты	Наблюдение за выполнением практических работ, контроль результата выполнения практических работ, защита портфолио, дифференцированный зачет

Учебная практика УП.04.04

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Знать: — принципы и технологии создания ключевых вербальных и визуальных сообщений; — специфику рекламных носителей; — требования к размещению рекламного контента в интернет-среде	Применяет теоретические знания при выполнении практических заданий	Наблюдение за выполнением работ на учебной практике, контроль выполнения заданий
Уметь: — разрабатывать креативную концепцию рекламной кампании; — создавать вербальные и визуальные сообщения; — разрабатывать макеты рекламных материалов; — создавать контент для социальных сетей; — применять ИИ-	Разрабатывает концепцию; создаёт слоганы, тексты, макеты; формирует контент-план; использует нейросети; презентует работы	Наблюдение за выполнением работ на учебной практике, защита портфолио, дифференцированный зачет

инструменты; — защищать разработанные решения		
---	--	--

Производственная практика ПП.04.05

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
--	------------------------------	---

| **Уметь:** — анализировать рекламную деятельность организации; — участвовать в разработке творческих рекламных решений для реальных проектов; — создавать вербальные и визуальные сообщения в условиях реального производства; — разрабатывать и размещать рекламный контент в сети Интернет; — применять инструменты ИИ и цифровые технологии; — готовить отчётную документацию

2.2. Типовые задания для освоения профессионального модуля

2.2. 1. Задания для экзамена по МДК 04.01. Разработка творческих рекламных решений

Инструкция для обучающихся

Форма промежуточной аттестации по МДК 04.01 — экзамен. Экзамен проводится в устной форме. Каждый билет содержит 2 вопроса: 1 теоретический вопрос и 1 практическое задание.

Время на подготовку — 30 минут.

Оборудование: персональный компьютер с необходимым ПО, доступ к интернету, бумага, ручка, графические материалы (при необходимости).

Билет №1

1. **Теоретический вопрос:** Понятие креативной стратегии в рекламе. Основные элементы креативной стратегии. Виды креативных стратегий (рационалистические, проекционные, смешанные). Приведите примеры.

2. **Практическое задание:** Разработайте слоган и рекламный текст (не более 100 слов) для социальной рекламы, направленной на популяризацию чтения среди молодёжи. Обоснуйте выбор tone of voice и ключевого сообщения.

Билет №2

3. **Теоретический вопрос:** Понятие и структура креативного брифа. Значение брифа в разработке рекламного продукта. Основные разделы брифа.

4. **Практическое задание:** Составьте креативный бриф на разработку рекламной кампании для сети кофеен (по условным данным). Включите описание продукта, ЦА, цели, ключевое сообщение, tone of voice, обязательные элементы, ограничения.

Билет №3

5. **Теоретический вопрос:** Методы поиска креативных идей в рекламе: мозговой штурм, SCAMPER, метод фокальных объектов, ТРИЗ, латеральное мышление. Охарактеризуйте каждый метод, приведите примеры применения.

6. **Практическое задание:** Используя метод SCAMPER, предложите не менее 5 идей по улучшению рекламной коммуникации для конкретного продукта (фитнес-браслет). Опишите ход применения метода.

Билет №4

7. **Теоретический вопрос:** Рекламный текст: виды, структура, требования. Особенности текстов для различных рекламных носителей (наружная реклама, печатная реклама, радио, интернет). Принципы копирайтинга.

8. **Практическое задание:** Напишите текст для рекламного буклета (А4, 2 фальца) для туристического агентства, продвигающего экотуризм. Включите текст для лицевой стороны, внутреннего разворота и оборотной стороны.

Билет №5

9. **Теоретический вопрос:** Слоган в рекламе: понятие, функции, виды (имиджевый, товарный, смешанный). Требования к слогану. Приёмы создания запоминающихся слоганов (рифма, аллитерация, метафора, каламбур и др.).

10. **Практическое задание:** Для бренда спортивной одежды разработайте не менее 5 вариантов слогана. Для каждого определите тип и использованные приёмы. Выберите лучший, обоснуйте.

Билет №6

11. **Теоретический вопрос:** Понятие визуальной метафоры в рекламе. Роль визуальных образов в восприятии рекламного сообщения. Принципы создания эффективных визуальных метафор.

12. **Практическое задание:** Предложите визуальную метафору для рекламы сервиса доставки здорового питания. Опишите образ, обоснуйте его связь с ключевым сообщением бренда. Выполните эскиз (от руки или в графическом редакторе).

Билет №7

13. **Теоретический вопрос:** Композиция в рекламе: основные принципы и правила (правило третей, золотое сечение, симметрия/асимметрия, визуальные акценты). Анализ композиционных решений на примерах рекламных плакатов.

14. **Практическое задание:** Разработайте композиционное решение для рекламного плаката (формат А3) кинофестиваля. Опишите расположение элементов, обоснуйте композиционные решения. Выполните эскиз.

Билет №8

15. **Теоретический вопрос:** Цвет в рекламе: психология восприятия цвета, цветовые модели (СМΥΚ, RGB), цветовые гармонии. Роль цвета в формировании имиджа бренда. Приведите примеры.

16. **Практическое задание:** Подберите цветовую палитру (основные, дополнительные и акцентные цвета) для бренда детских развивающих игрушек. Обоснуйте выбор каждого цвета с точки зрения психологии восприятия и целевой аудитории. Представьте палитру в графическом виде с указанием цветовых кодов.

Билет №9

17. **Теоретический вопрос:** Типографика в рекламе: виды шрифтов (антиква, гротеск, акцидентные, рукописные), правила подбора шрифтов, шрифтовые пары. Влияние типографики на восприятие рекламного сообщения.

18. **Практическое задание:** Подберите шрифтовую пару (заголовочный + основной шрифт) для рекламной кампании банка. Обоснуйте выбор: как шрифты отражают ценности бренда (надёжность, современность, доступность). Продемонстрируйте применение на примере заголовка и текста.

Билет №10

19. **Теоретический вопрос:** Фирменный стиль и брендбук: понятие, структура, элементы. Роль брендбука в обеспечении визуальной целостности рекламных коммуникаций.

20. **Практическое задание:** Разработайте концепцию фирменного стиля для вымышленного бренда (интернет-магазин экологичной косметики). Опишите и визуализируйте: логотип, цветовую гамму, шрифты, паттерны/графические элементы, примеры носителей (визитка, упаковка).

Билет №11

21. **Теоретический вопрос:** Сторителлинг в рекламе: понятие, структура истории, типы рекламных сюжетов. Примеры успешного сторителлинга в рекламных кампаниях.

22. **Практическое задание:** Напишите короткий сторителлинг (историю) для рекламы краудфандинговой платформы. История должна вызывать эмоциональный отклик и мотивировать к действию. Объём — 150-200 слов.

Билет №12

23. **Теоретический вопрос:** Тактическое планирование рекламной кампании: понятие, этапы, инструменты. Отличие тактического планирования от стратегического.

24. **Практическое задание:** Для рекламной кампании нового мобильного приложения (трекинга привычек) составьте тактический план на 1 месяц: перечень рекламных носителей, форматы сообщений, сроки размещения, ориентировочный бюджет. Обоснуйте выбор носителей и форматов.

Билет №13

25. **Теоретический вопрос:** Понятие уникального торгового предложения (УТП). Виды УТП. Технология разработки УТП. Отличие УТП от слогана и позиционирования.

26. **Практическое задание:** Сформулируйте УТП для следующих продуктов (по выбору преподавателя — 2 из 3):

- а) сервис аренды электросамокатов;
- б) онлайн-курс по программированию для детей;
- в) крафтовая сыроварня.

Для каждого обоснуйте, почему данное УТП будет значимым для ЦА и дифференцирует продукт от конкурентов.

Билет №14

27. **Теоретический вопрос:** Рекламный образ: понятие, типы рекламных образов, технологии создания. Архетипы в рекламе (по К.Г. Юнгу). Приведите примеры.

28. **Практическое задание:** Определите архетип для следующих брендов (по выбору преподавателя — 2 из 3). Обоснуйте свой выбор:

- а) Nike;
- б) Coca-Cola;
- в) IKEA.

Предложите рекламный образ, соответствующий выбранному архетипу (описание, эскиз).

Билет №15

29. **Теоретический вопрос:** Каналы распространения рекламы: ATL, BTL, TTL. Характеристика, преимущества и недостатки каждого типа. Критерии выбора каналов.

30. **Практическое задание:** Для рекламной кампании книжного магазина «Переплёт» (см. бриф в разделе 4.2) подберите оптимальные каналы распространения рекламы. Обоснуйте выбор: охват ЦА, соответствие имиджу бренда, бюджетная эффективность. Распределите бюджет между каналами в процентном соотношении.

Билет №16

31. **Теоретический вопрос:** Этика в рекламе: основные принципы, законодательное регулирование рекламной деятельности в РФ (ФЗ «О рекламе»). Понятие недобросовестной и недостоверной рекламы.

32. **Практическое задание:** Проанализируйте 2 рекламных сообщения (предоставляются преподавателем) на предмет соответствия этическим нормам и законодательству РФ. Выявите возможные нарушения, предложите корректировки.

Билет №17

33. **Теоретический вопрос:** Международная реклама: особенности, стратегии адаптации и стандартизации. Кросскультурные аспекты рекламной коммуникации. Примеры успешных и неудачных международных кампаний.

34. **Практическое задание:** Предложите стратегию адаптации рекламной кампании российского бренда (на выбор: косметика, продукты питания, IT-сервис) для выхода на рынок Китая. Какие визуальные и вербальные элементы необходимо изменить? Обоснуйте.

Билет №18

35. **Теоретический вопрос:** Использование технологий искусственного интеллекта в создании рекламного контента: обзор инструментов (ChatGPT, Midjourney, Kandinsky, Runway и др.), возможности и ограничения, этические аспекты.

36. **Практическое задание:** С использованием ИИ-инструментов (по выбору) создайте визуальный и текстовый контент для продвижения конкретного продукта в социальной сети VK. Опишите процесс: какой инструмент использовался, какой промпт был задан, какой результат получен. Оцените качество и применимость результата, необходимость доработки.

Билет №19

37. **Теоретический вопрос:** Оценка эффективности рекламной кампании: ключевые показатели эффективности (KPI), методы оценки (медиаметрические, коммуникативные, экономические). Претестинг и посттестинг рекламы.

38. **Практическое задание:** Предложите систему KPI для оценки эффективности рекламной кампании в социальных сетях для бренда одежды. Для каждого показателя укажите: способ расчёта, целевое значение, инструмент измерения.

Билет №20

39. **Теоретический вопрос:** Понятие и структура креативной концепции рекламной кампании. Этапы разработки: от брифа до финальной концепции. Критерии оценки качества креативной концепции.

40. **Практическое задание:** На основе предложенного брифа (кафе-кондитерская) разработайте креативную концепцию рекламной кампании: ключевая идея, визуальный стиль, рекламные носители, ключевое сообщение, tone of voice. Представьте в виде презентации (5-7 слайдов).

Билет №21

41. **Теоретический вопрос:** Тренды в рекламе: актуальные направления развития рекламной индустрии (персонализация, интерактивность, нативная реклама, sustainability, иммерсивные технологии — AR/VR).

42. **Практическое задание:** Разработайте концепцию рекламной кампании для автомобильного бренда с использованием одной из актуальных технологий (AR-маска, интерактивная наружная реклама, геймификация). Опишите механику взаимодействия с потребителем.

43. **Теоретический вопрос:** Печатная реклама: виды (буклет, листовка, плакат, каталог), особенности дизайна и допечатной подготовки, технические требования. Роль печатной рекламы в современном медиамиксе.

44. **Практическое задание:** Разработайте макет рекламной листовки (A5) для книжного магазина «Переплёт». Укажите технические параметры (формат, разрешение, цветовая модель, тип печати). Подготовьте файл к печати (укажите bleed, crop marks при необходимости).

Билет №23

45. **Теоретический вопрос:** Наружная реклама: виды, форматы, требования к дизайну. Особенности восприятия наружной рекламы. Законодательное регулирование наружной рекламы в РФ.

46. **Практическое задание:** Разработайте макет билборда (6х3 м) для рекламной кампании книжного магазина «Переплёт». Обоснуйте дизайн-решения с учётом специфики восприятия наружной рекламы (время контакта, расстояние, читаемость).

Билет №24

47. **Теоретический вопрос:** Медиапланирование: понятие, основные показатели (рейтинг, охват, частота, GRP, TRP, CPT). Виды медиастратегий. Программное обеспечение для медиапланирования.

48. **Практическое задание:** Составьте медиаплан на 1 месяц для рекламной кампании фитнес-клуба: перечень носителей, бюджет, сроки размещения, ожидаемые показатели. Обоснуйте медиастратегию.

Билет №25

49. **Теоретический вопрос:** Понятие и значение маркетинговых исследований в разработке рекламных решений. Методы исследования целевой аудитории (опросы, фокус-группы, глубинные интервью, анализ данных).

50. **Практическое задание:** Составьте программу маркетингового исследования для выявления потребительских предпочтений целевой аудитории книжного магазина «Переплёт»: цель, задачи, метод, выборка, инструментарий (анкета, гайд), ожидаемые результаты.

2.2. 2. Задания для дифференцированного зачета по МДК 04.02. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки

Инструкция для обучающихся

Форма промежуточной аттестации по МДК 04.02 — дифференцированный зачет. Зачет проводится в форме защиты практико-ориентированного проекта. Каждый обучающийся выполняет индивидуальное задание по разработке и размещению рекламного контента для конкретной торговой марки / бренда в сети Интернет. Время выполнения задания — 90 минут.

Оборудование: персональный компьютер с выходом в Интернет, пакет программ Adobe (Photoshop, Illustrator) Corel DROW, доступ к социальным сетям и платформам размещения контента.

Зачетное задание

Тема: «Разработка контент-стратегии и рекламного контента для продвижения бренда в сети Интернет»

Обучающийся выбирает один из предложенных брендов (либо согласовывает собственный с преподавателем):

Интернет-магазин экологичной косметики.

Сеть городских кофеен.

Фитнес-студия.

Мастерская авторских украшений.

Онлайн-школа иностранных языков.

Содержание задания:

1. Провести анализ целевой аудитории бренда в сети Интернет.
2. Определить оптимальные каналы интернет-продвижения (социальные сети, контекстная реклама, SEO, баннерная реклама, e-mail маркетинг).
3. Разработать контент-план на 2 недели для одной социальной сети.
4. Создать не менее 5 единиц рекламного контента (посты, stories, баннеры, видео).
5. Разработать макет таргетированной рекламы для выбранной социальной сети.
6. Подготовить текстовое сопровождение для каждой единицы контента в соответствии с tone of voice бренда.

Требования к защите:

Защита проекта проходит в форме презентации (5-7 слайдов) с демонстрацией разработанного контента, обоснованием выбора каналов продвижения и анализом ожидаемой эффективности.

Критерии оценки:

Критерий	Баллы (max)
Качество анализа целевой аудитории	10
Обоснованность выбора каналов продвижения	10
Соответствие контент-плана целям бренда	15
Качество созданного контента (визуал + текст)	30
Грамотность текстового сопровождения	10
Качество макета таргетированной рекламы	10
Качество презентации и защиты	15
Итого	100

Шкала перевода:

- «отлично» — 85-100 баллов
- «хорошо» — 70-84 баллов
- «удовлетворительно» — 50-69 баллов
- «неудовлетворительно» — менее 50 баллов

2.2.3. Задания для дифференцированного зачета по МДК 04.03. Технология рекламного фото и видео

Инструкция для обучающихся

Форма промежуточной аттестации по МДК 04.03 — дифференцированный зачет. Зачет проводится в форме представления и защиты портфолио, включающего выполненные в течение семестра фото- и видеоработы рекламного характера.

Зачетное задание

Обучающийся представляет портфолио, включающее:

Фотоблок (не менее 4 работ):

- Предметная рекламная фотография (1 работа).
- Портретная фотография для рекламных целей (1 работа).
- Имиджевая фотография бренда (1 работа).
- Фотография для социальных сетей (1 работа).

Видеоблок (не менее 2 работ):

- Короткий рекламный видеоролик (15-30 секунд).
- Видео для социальных сетей (reels / shorts, до 60 секунд).

Требования к портфолио:

Каждая работа сопровождается кратким описанием: цель, целевая аудитория, технические характеристики (освещение, композиция, оборудование).

Фотографии представляются в формате JPEG (разрешение не менее 1920x1080).

Видео представляются в формате MP4 (разрешение не менее 1920x1080).

Все работы должны быть авторскими.

Критерии оценки:

Критерий	Баллы (max)
Соответствие работ рекламным задачам	20
Качество композиционного и светового решения	20
Техническое качество исполнения	20
Креативность и оригинальность	15
Полнота и качество описания работ	10
Качество защиты и ответов на вопросы	15
Итого	100

Шкала перевода:

«отлично» — 85-100 баллов

«хорошо» — 70-84 баллов

«удовлетворительно» — 50-69 баллов

«неудовлетворительно» — менее 50 баллов

2.3. Виды и объём работ, выполненных обучающимся во время производственной практики:

№	Виды работ	Объём (часы)	Оценка
1	Изучение структуры и специфики деятельности организации (рекламного агентства, отдела маркетинга, дизайн-студии)	6	
2	Анализ рекламной деятельности организации: изучение текущих рекламных кампаний, брендбука, стратегии продвижения	12	
3	Участие в разработке творческих рекламных решений: поиск идей, разработка концепций для клиентов / проектов организации	18	
4	Разработка вербальных сообщений: слоганы, тексты, сценарии для реальных рекламных носителей	18	
5	Создание визуальных сообщений: макеты, креативы, мудборды, фото- и видеоконтент	24	
6	Разработка и размещение рекламного контента в сети Интернет: социальные сети, сайты, таргетированная реклама	18	
7	Подготовка отчётной документации по практике	12	
Итого		108	

Качество выполнения работ в соответствии с технологией:

Оцениваемые компетенции	Основные показатели оценки результата	Оценка (да/нет)
ПК 4.1	Осуществляет поиск рекламных идей; разрабатывает творческие рекламные решения в соответствии с целями креативной стратегии	
ПК 4.2	Разрабатывает вербальные сообщения для различных рекламных носителей; применяет принципы копирайтинга в реальных проектах	

ПК 4.3	Разрабатывает и размещает рекламный контент для интернет-среды; использует инструменты ИИ для создания контента	
ОК 01	Выбирает способы решения профессиональных задач применительно к различным контекстам	
ОК 02	Использует современные средства поиска информации и информационные технологии	
ОК 03	Планирует и реализует собственное профессиональное развитие	
ОК 04	Эффективно взаимодействует и работает в коллективе и команде	
ОК 05	Осуществляет устную и письменную коммуникацию на государственном языке	
ОК 06	Проявляет гражданско-патриотическую позицию, демонстрирует осознанное поведение	
ОК 07	Содействует сохранению окружающей среды, ресурсосбережению	
ОК 08	Использует средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья	
ОК 09	Пользуется профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	
ЦК 1	Использует инструменты ИИ (генеративные нейросети) для создания визуального и текстового контента	
ЦК 2	Создаёт цифровой контент с использованием профессионального ПО (Adobe, Corel)	
ЦК 3	Использует цифровые инструменты для аналитики и оценки эффективности рекламных решений	
ЦК 4	Применяет цифровые технологии для планирования и организации рекламной деятельности	

2.1.5. Экзамен квалификационный по ПМ.04

Экзамен квалификационный проводится после освоения всех элементов программы ПМ.04 (МДК 04.01, МДК 04.02, МДК 04.03, УП.04.04, ПП.04.05). Условием допуска к экзамену квалификационному является успешное освоение обучающимися всех элементов программы профессионального модуля.

Экзамен проводится в форме выполнения и защиты комплексного практического задания.

Комплексное задание для экзамена квалификационного по ПМ.04

Вид профессиональной деятельности: Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

Место проведения: учебная аудитория, оборудованная персональными компьютерами с выходом в Интернет и установленным программным обеспечением (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw).

Время выполнения: 120 минут (2 астрономических часа).

Ситуационная задача (кейс): «Бренд книжного магазина "Переплёт"»

Вводная информация:

Книжный магазин «Переплёт» — независимый книжный магазин в центре города. Существует 3 года. Позиционирует себя как культурное пространство, где можно не только купить книги, но и посетить лекции, встречи с авторами, мастер-классы, кинопоказы. Целевая аудитория: молодёжь и взрослые 20-45 лет, интересующиеся литературой, искусством, саморазвитием.

Проблема: низкая узнаваемость бренда, слабое присутствие в информационном поле, недостаточная посещаемость мероприятий.

Задача: разработать комплекс ключевых вербальных и визуальных сообщений для продвижения книжного магазина «Переплёт» на основных рекламных носителях.

Бюджет: средний (городской масштаб).

Бриф (ключевые требования):

Ценности бренда: интеллектуальность, уют, живое общение, любовь к книгам.

Tone of voice: тёплый, интеллигентный, чуть ироничный.

Основное сообщение кампании: «Переплёт» — больше, чем книги».

Сезонность: осенне-зимний период.

Сроки кампании: 1 месяц.

БЛОК А. Разработка творческих рекламных решений (ПК 4.1, ПК 4.2)

Задание 1. Разработка креативной концепции (ПК 4.1)

На основе брифа предложите креативную концепцию рекламной кампании книжного магазина «Переплёт»:

- а) Сформулируйте ключевую идею кампании (big idea) — 2-3 предложения.
- б) Обоснуйте, почему данная идея соответствует целям креативной стратегии, ценностям бренда и потребностям целевой аудитории (3-4 аргумента).
- в) Предложите название кампании.
- г) Опишите визуальный стиль кампании: цветовая гамма, шрифтовое решение, стилистика изображений, общее настроение.
- д) Определите основные рекламные носители для размещения (не менее 4 видов с обоснованием выбора).

Время выполнения: 40 минут.

Максимальная оценка: 25 баллов.

Задание 2. Разработка вербальных сообщений (ПК 4.2)

а) Разработайте слоган кампании (не менее 3 вариантов). Выберите лучший и обоснуйте выбор.

б) Напишите текст для одного из следующих рекламных носителей (на выбор):

Рекламное сообщение для наружной рекламы (билборд 6х3 м) — заголовок, основной текст, подпись.

Текст для серии постов в социальной сети VK (3 поста) с указанием визуального сопровождения.

в) Разработайте текстовое наполнение для одного из форматов печатной рекламы (на выбор):

Текст для буклета А4 (евробуклет, 2 фальца) — лицевая сторона, внутренний разворот, оборотная сторона.

Текст для рекламной листовки А5 (одна сторона) для распространения в городских кафе и культурных пространствах.

Время выполнения: 40 минут.

Максимальная оценка: 25 баллов.

БЛОК Б. Разработка визуальных сообщений и размещение контента (ПК 4.2, ПК 4.3)

Задание 3. Создание визуального контента (ПК 4.3)

Выполните ОДНО из заданий на выбор:

Вариант 1. Рекламный плакат (А3, вертикальный):

Разработайте макет рекламного плаката для размещения в городской среде (остановки, афишные тумбы, пространство магазина).

Плакат должен включать: визуальный образ, слоган, логотип, адрес, контактную информацию, даты акции/мероприятия.

Опишите композиционное решение, цветовое решение, обоснуйте выбор визуального образа.

Вариант 2. Серия креативов для социальных сетей:

Разработайте 3 визуальных креатива (макета) для размещения в Instagram/VK.

Каждый креатив должен содержать визуальный образ и текстовое сопровождение.

Опишите целевую задачу каждого креатива в рамках кампании.

Вариант 3. Мудборд и визуальная концепция:

Создайте мудборд (доску визуальных референсов), отражающий визуальный стиль кампании.

Подберите не менее 10 референсов (цвета, шрифты, изображения, текстуры, примеры работ).

Опишите каждый референс, обоснуйте его выбор.

Сформулируйте визуальное руководство (гайдлайн) для кампании: правила использования цветов, шрифтов, изображений.

Время выполнения: 40 минут

Максимальная оценка: 30 баллов.

Задание 4. Разработка макета печатной рекламы (ПК 4.2)

Выполните задание по печатной рекламе:

а) Разработайте макет одного из видов печатной рекламы для книжного магазина «Переплёт» (на выбор):

Рекламный буклет (А4, 2 фальца).

Рекламная листовка (А5, одна или две стороны).

Афиша мероприятия (А4, вертикальная).

б) Макет должен включать: визуальное оформление (изображения, графика, цветовое решение), заголовок, основной текст, слоган, логотип, контактную информацию.

в) Опишите технические характеристики макета: формат, цветовая модель (СМУК/RGB), разрешение, тип печати (офсетная/цифровая).

г) Обоснуйте выбор именно этого формата печатной рекламы для данной кампании.

Время выполнения: в рамках общего времени.

Максимальная оценка: 20 баллов.

БЛОК В. Защита и обоснование (ОК 01-ОК 09, ЦК)

Задание 5. Презентация и защита проекта

а) Подготовьте краткую презентацию разработанного комплекса рекламных решений (5-7 слайдов).

б) В ходе защиты обоснуйте:

Соответствие разработанных решений целям креативной стратегии.

Выбор рекламных носителей.

Использованные инструменты и технологии (включая ИИ, если применялись).

Ожидаемую эффективность предложенных решений.

Время защиты: до 7 минут.

Максимальная оценка: 20 баллов (входит в общую сумму).

3.5. Сводная ведомость оценки сформированности компетенций по ПМ.04

Компетенция	МДК 04.01 (экзамен)	МДК 04.02 (зачёт)	МДК 04.03 (зачёт)	УП.04.04	ПП.04.05	Экзамен квалификационный	Итоговая оценка
ПК 4.1							
ПК 4.2							
ПК 4.3							
ОК 01							
ОК 02							
ОК 03							
ОК 04							
ОК 05							
ОК 06							

ОК 07							
ОК 08							
ОК 09							
ЦК 1							
ЦК 2							
ЦК 3							
ЦК 4							

Решение экзаменационной комиссии:

Вид профессиональной деятельности «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» _____

(освоен / не освоен)

Итоговая оценка по ПМ.04: _____

Председатель экзаменационной комиссии: _____ / _____ /

Члены экзаменационной комиссии: _____ / _____ /

_____ / _____ /

«__» _____ 20__ г.

4. Рекомендуемая литература и иные источники

Основные источники

1. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (утверждён приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 № 554).
2. Бернадская, Ю. С. Основы рекламы: учебник / Ю. С. Бернадская, С. С. Марочкина, Л. Ф. Смотров; под ред. Л. М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 351 с.
3. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 272 с.
4. Голуб, О. Ю. Креативные технологии в рекламе: учебное пособие / О. Ю. Голуб. — М.: Дашков и К°, 2020. — 196 с.
5. Джефкинс, Ф. Реклама: учебное пособие / Ф. Джефкинс; пер. с англ. под ред. Б. Л. Ерёмкина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 543 с.
6. Имшинецкая, И. А. Креатив в рекламе: учебное пособие / И. А. Имшинецкая. — М.: РИП-холдинг, 2019. — 172 с.

7. Каплунов, Д. А. Нейрокопирайтинг. 100 приёмов влияния с помощью текста / Д. А. Каплунов. — М.: Эксмо, 2020. — 352 с.
8. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер; пер. с англ. — 8-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2021. — 211 с.
9. Макович, Г. В. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для СПО / Г. В. Макович. — М.: Юрайт, 2022. — 320 с.
10. Морозова, И. Г. Рекламный креатив: в поисках ненавязчивой идеи / И. Г. Морозова. — М.: Гелла-принт, 2020. — 224 с.
11. Назайкин, А. Н. Иллюстрирование рекламы / А. Н. Назайкин. — М.: Эксмо, 2020. — 320 с.
12. Огилви, Д. О рекламе / Д. Огилви; пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. — 304 с.
13. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Юрайт, 2022. — 502 с.
14. Ромат, Е. В. Реклама: учебник для вузов / Е. В. Ромат, Д. В. Сендеров. — 9-е изд. — СПб.: Питер, 2021. — 544 с.
15. Саркисян, О. А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие / О. А. Саркисян. — М.: Академия, 2020. — 256 с.
16. Учёнова, В. В. Реклама: палитра жанров / В. В. Учёнова, С. А. Шомова, Т. Э. Гринберг. — М.: РИП-холдинг, 2019. — 248 с.

Дополнительные источники

17. Аакер, Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер; пер. с англ. — М.: Издательский дом Гребенникова, 2019. — 440 с.
18. Батра, Р. Рекламный менеджмент / Р. Батра, Дж. Майерс, Д. Аакер; пер. с англ. — 5-е изд. — М.: Вильямс, 2020. — 784 с.
19. Годин, С. Фиолетовая корова. Сделайте свой бизнес выдающимся / С. Годин; пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. — 176 с.
20. Кромптон, А. Мастерская рекламного текста / А. Кромптон; пер. с англ. — М.: Довгань, 2019. — 256 с.
21. Росситер, Дж. Р. Реклама и продвижение товаров / Дж. Р. Росситер, Л. Перси; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2020. — 656 с.
22. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2021. — 800 с.

Электронные образовательные ресурсы

23. Sostav.ru — информационно-аналитический портал о маркетинге, рекламе и PR. — URL: <https://www.sostav.ru>
24. AdIndex.ru — сайт о рекламном рынке и маркетинге. — URL: <https://adindex.ru>
25. Cossa.ru — интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. — URL: <https://www.cossa.ru>
26. AdMe.ru — портал о творчестве в рекламе. — URL: <https://www.adme.ru>
27. Электронная библиотечная система «Юрайт». — URL: <https://urait.ru>
28. Электронная библиотечная система «Znanium». — URL: <https://znanium.com>
29. Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации». — URL: <https://profstandart.rosmintrud.ru>
30. Нейросеть для генерации изображений. — URL: <https://fusionbrain.ai>
31. Нейросеть для работы с текстом. — URL: <https://gpt-chatbot.ru>

