

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Дымова Светлана Сергеевна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 18.10.2024 16:24:38  
Уникальный программный ключ:  
76dbca65a427cca8906028245af279c57b2518e5

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор АНПОО  
«Колледж бизнеса и дизайна»  
С.С. Дымова  
«30» августа 2024 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО МОДУЛЮ**  
**ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И**  
**ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ**  
**РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ**  
**РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ**

для специальности среднего профессионального образования  
**42.02.01 РЕКЛАМА**  
квалификация – специалист по рекламе

«Общеобразовательный цикл»  
основной профессиональной образовательной программы СПО

профиль профессионального образования: социально-экономический  
уровень изучения предмета: базовый

Москва, 2024

Фонд оценочных средств модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях разработан на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.05.2012 года №413 (в редакции от 12.08.2022 г.), федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года №552, учебного плана по специальности 42.02.01 Реклама, рабочей программы модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Колледж бизнеса и дизайна»

Фонд оценочных средств дисциплины рассмотрен на заседании Совета колледжа, протокол № 1 от 29.08.2024 г.

**1.1 Планируемые результаты освоения модуля в соответствии с ФГОС СПО и на основе ФГОС СОО**

Код и формулировка компетенции	Знания, умения
<p><b>ОК 02.</b></p> <p>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p><b>Умения:</b> эффективно организовывать собственную деятельность и решать профессиональные задачи; выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач</p>
	<p><b>Знания:</b> методы и способы выполнения профессиональных задач; основы организации собственной профессиональной деятельности.</p>

Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
<p><b>Вид деятельности:</b> Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>	
<p><b>ПК 4.1.</b></p> <p>Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <p>Применения техник изобразительной, игровой, драматической творческой деятельности в разработке схемы занятия с клиентами социальной работы</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>Анализировать возможности и ограничения использования художественно-творческих технологий в практике социальной работы; разрабатывать схему занятия с использованием художественно-творческих технологий</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>Значение и роль творчества в жизни человека; основные художественно-творческие технологии в работе с разными категориями клиентов социальной работы; опыт применения художественно-творческих технологий в психосоциальной работе в России и за рубежом</p>
<p><b>ПК 4.2.</b></p> <p>Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <p>Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>Формализовать предметную область</p> <p>Выполнить логический вывод</p> <p>Представить знания в соответствии с выбранной моделью</p> <p>Создавать экспертные системы</p> <p>Построить нейронную сеть</p> <p>Подготовить обучающую выборку для нейронной сети</p> <p>Обучить нейронную сеть</p> <p>Использовать системы искусственного интеллекта</p>

	<p>Решать задачи из области профессиональной деятельности с помощью систем искусственного интеллекта</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>Современные направления использования искусственного интеллекта</p> <p>Особенности и признаки интеллектуальности информационных систем</p> <p>Модели формализации предметной области</p> <p>Модели представления знаний</p> <p>Типы нейронных сетей и алгоритмы их обучения</p> <p>Назначение и архитектура экспертных систем</p> <p>Инструментальные средства реализации систем искусственного интеллекта</p> <p>Принципы использования чат-ботов с искусственным интеллектом</p> <p>Виды и правила формулирования промптов</p> <p>Правила использования систем искусственного интеллекта</p>
<p><b>ПК 4.3.</b></p> <p>Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <p>Управлять SMM в интегрированных маркетинговых коммуникационных кампаниях; подбирать и применять методы сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации в соответствии со спецификой социальных сетей для решения маркетинговых задач.</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>Разрабатывать систему SMM в рамках интегрированных маркетинговых коммуникационных кампаний и принимать на ее основе управленческие решения; систематизировать и анализировать информацию о факторах внешней и внутренней среды организации и ее эффективного использования в SMM-кампаниях.</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>Роль, правила, нормы и основные принципы SMM в интегрированных маркетинговых коммуникациях; методы сбора, обработки и анализа информации внешней и внутренней среды организации для овладения навыка работы в медиапространстве</p>

## 1.2 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

**Коды контролируемых компетенций:** ОК 02.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.

Форма контроля: экзамен

Вопросы

**Раздел 1 Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности**

1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики.
2. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика.
3. Брендбук, гайдлайн, логобук.
4. Основные функции системы корпоративной идентичности.

5. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.
6. Основные элементы системы корпоративной идентичности.
7. Методика разработки шрифтового логотипа.
8. Виды визуальных знаков.
9. Методика разработки графического знака.
10. Причины и способы изменения корпоративной айдентики.
11. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.
12. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.

## **Раздел 2 Рекламное проектирование**

1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений.
2. Понятие инсайта и key visual.
3. Рекламный текст и копирайтинг.
4. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы.
5. Виды тропов. Работа с заказчиком.
6. Заполнение и утверждение брифа.
7. Бриф, дебриф, креативный бриф.
8. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений.
9. Понятие инсайта и key visual.
10. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.
11. Создание инсайта, разработка рекламного текста.
12. Создание ключевого визуального образа (Key visual).
13. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок.
14. Проектирование печатной рекламы.
15. Виды печатной рекламы.
16. Технологии печатной рекламы.
17. Проектирование BTL-рекламы.
18. Виды POSM.
19. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности.

## **Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса**

1. Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.
2. Виды транзитной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.

## **Раздел 4. Основы компьютерной графики**

1. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.
2. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).
3. Создание и редактирование контуров.
4. Техника рисунка в кривых и работа с текстом.
5. Создание текстурных векторных кистей.
6. Интерфейс программы Photoshop.
7. Основные инструменты. Способы выделения.
8. Понятия слоя.
9. Работа со слоями, многослойные изображения.
10. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.
11. Техника ретуширования.
12. Цветовая тоновая коррекция изображения

## **Раздел 5. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.**

1. Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.
2. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.
3. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.
4. Фотографирование визуальных рекламных композиций.
5. Фотосессия предметов потребления.
6. Фотосессия визуальных композиций.
7. Фотосессия имиджевого предмета.
8. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.

## **Раздел 6. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций**

1. Осуществление поиск рекламных идей.
2. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.
3. Разработка авторского рекламного проекта.
4. Создание визуальных образов с рекламными функциями.
5. Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств.
6. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.

## **Раздел 7. Техника и технология рекламного видео**

1. Логлайн. Синописис. Сценарий. Раскадровка.
2. Трехактная структура повествования
3. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.
4. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.
5. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.
6. Тритмент. Структура. Наполнение. Референсы.
7. Написать тримент опираясь на свой логин и сценарий.
8. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов.
9. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.

## **1.3 Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по профессиональному модулю**

### **Форма рубежного контроля**

### **Вопросы/задания рубежного контроля**

#### **Раздел 1 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет**

1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики.
2. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика.
3. Брендбук, гайдлайн, логобук.

4. Основные функции системы корпоративной идентичности.
5. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.
6. Основные элементы системы корпоративной идентичности.
7. Методика разработки шрифтового логотипа.
8. Виды визуальных знаков.
9. Методика разработки графического знака.
10. Причины и способы изменения корпоративной айдентики.
11. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.
12. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.

## Форма рубежного контроля Вопросы/задания рубежного контроля

### Раздел 2.

1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений.
2. Понятие инсайта и key visual.
3. Рекламный текст и копирайтинг.
4. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы.
5. Виды тропов. Работа с заказчиком.
6. Заполнение и утверждение брифа.
7. Бриф, дебриф, креативный бриф.
8. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений.
9. Понятие инсайта и key visual.
10. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.
11. Создание инсайта, разработка рекламного текста.
12. Создание ключевого визуального образа (Key visual).
13. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок.
14. Проектирование печатной рекламы.
15. Виды печатной рекламы.
16. Технологии печатной рекламы.
17. Проектирование BTL-рекламы.
18. Виды POSM.
19. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности.

## Форма рубежного контроля Вопросы/задания рубежного контроля

### Раздел 3.

1. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.
2. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).
3. Создание и редактирования контуров.
4. Техника рисунка в кривых и работа с текстом.
5. Создание текстурных векторных кистей.
6. Интерфейс программы Photoshop.
7. Основные инструменты. Способы выделения.
8. Понятия слоя.
9. Работа со слоями, многослойные изображения.
10. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.
11. Техника ретуширования.
12. Цветовая тоновая коррекция изображения

## Форма рубежного контроля Вопросы/задания рубежного контроля

### Раздел 4.

1. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.
2. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).
3. Создание и редактирование контуров.
4. Техника рисунка в кривых и работа с текстом.
5. Создание текстурных векторных кистей.
6. Интерфейс программы Photoshop.
7. Основные инструменты. Способы выделения.
8. Понятия слоя.
9. Работа со слоями, многослойные изображения.
10. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.
11. Техника ретуширования.
12. Цветовая тоновая коррекция изображения

## Форма рубежного контроля Вопросы/задания рубежного контроля Код контролируемой компетенции Раздел 5.

1. Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.
2. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.
3. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.
4. Фотографирование визуальных рекламных композиций.
5. Фотосессия предметов потребления.
6. Фотосессия визуальных композиций.
7. Фотосессия имиджевого предмета.
8. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.

## Форма рубежного контроля Вопросы/задания рубежного контроля

### Раздел 6. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций

1. Осуществление поиска рекламных идей.
2. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.
3. Разработка авторского рекламного проекта.
4. Создание визуальных образов с рекламными функциями.
5. Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств.
6. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.

## Форма рубежного контроля Вопросы/задания рубежного контроля

### Раздел 7. Техника и технология рекламного видео

1. Логлайн. Синописис. Сценарий. Раскадровка.
2. Трехактная структура повествования
3. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.



4. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.
5. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.
6. Тритмент. Структура. Наполнение. Референсы.
7. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.
8. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов.
9. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.