

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.08.2026 11:33:52
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы
композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО
«ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 1 из 27

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)**

ОП.10 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

**Специальность
42.02.01 Реклама**

**Направленность программы
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий**

**Присваиваемая квалификация
Специалист по рекламе**

**Форма обучения
очная**

Год набора 2026

Челябинск, 2026 г.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 2 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

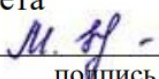
42.02.01 Реклама

**фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине
ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, 2026 год набора,
очная форма обучения:**

Утверждена:
Проректор по учебной работе _____ 
подпись

А.А. Саламатов
И.О. Фамилия

Протокол заседания от « 23 » апреля 2026 г. № 5

Председатель Педагогического совета
Колледжа ЧелГУ _____ 
подпись

М.В. Найн
И.О. Фамилия

Составитель _____ 
С.А. Осипенко

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 09.07.2024г. № 327-1 «Об утверждении шаблонов документов».

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 3 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Оглавление

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	4
2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	4
2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной.....	4
3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	8
3.1 Виды оценочных средств.....	8
3.2 Содержание оценочных средств.....	14
3.3 Ключи и критерии к оцениванию задания.....	24
3.4 Дополнительные материалы и оборудование.....	27
4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	27

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 4 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Специальность: 42.02.01 Реклама

Дисциплина: ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

Очная форма обучения

Семестр (семестры) изучения: 3, 4 семестр

Форма промежуточной аттестации: экзамен (3сем, 4 сем)

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе» направлено на формирование следующих компетенций:

Код компетенции согласно ФГОС (ОПОП СПО)	Содержание компетенций согласно ФГОС (ОПОП СПО)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 5 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения: определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
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 антикор-	Умения: описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения Знания: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 6 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	рупционного поведения	
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Практический опыт: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - 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 и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 7 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Практический опыт: - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана. Умения: - 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. 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

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 8 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	Практический опыт: -определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК. Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

Код, наименование компетенции согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Контролируемые темы/разделы (номер и название раздела из РПД п.2.2)	Семестр	Номер задания	Наименование оценочного средства
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	14,15,1,2	Тестовые задания закрытого типа

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 9 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	деятельности Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	33	Тестовые задания открытого типа
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	16,32,3,4	Тестовые задания закрытого типа
	Умения: определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	34	Тестовые задания открытого типа

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 10 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач				
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	17,18,5,6	Тестовые задания закрытого типа
	Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	35	Тестовые задания открытого типа
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	Знания: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	19,20,7,8	Тестовые задания закрытого типа
	Умения: описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	36	Тестовые задания открытого типа
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе	3,4	21,22,9,10	Тестовые задания закрытого типа

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 11 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	(бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	Раздел 3 Живопись в рекламе			
	Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	37	Тестовые задания открытого типа
ПК 3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	23,24, 11,12	Тестовые задания закрытого типа
	Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2.	3,4	38	Тестовые задания открытого типа



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 27

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - 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 и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК	Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе			
	Практический опыт: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет.	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	43	Задание с развернутым ответом
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии реклам-ной/коммуникационной кампании	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 мате-	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	25,26, 13,31	Тестовые задания закрытого типа

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 13 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	риалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.				
	Умения: - 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.	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	39	Тестовые задания открытого типа
	Практический опыт: - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектирования объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана.	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	42, 44	Задание с развернутом ответом
ПК 4.2 Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	27,28, 29,30	Тестовые задания закрытого типа
	Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность	Раздел 1. Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе	3,4	40, 41	Тестовые задания открытого типа
	Практический опыт:	Раздел 1.	3,4	45, 46	Задание с

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 14 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

-определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.	Композиция в рекламе Раздел 2. Рисунок в рекламе Раздел 3 Живопись в рекламе			развернутом ответом
--	--	--	--	---------------------

3.2 Содержание оценочных средств.

Часть 1. База тестовых вопросов закрытого типа

1. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите виды перспективы и приёмы живописи с их характеристиками и применением в рекламном дизайне

Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Понятие	Характеристика и пример в рекламной визуализации
А) Линейная перспектива	1. Изменение цвета, чёткости и контрастности объектов по мере их удаления от зрителя. В пейзажных рекламных изображениях помогает создать ощущение глубины пространства
Б) Воздушная перспектива	2. Цвет, основная цветовая гармония произведения; система цветовых сочетаний, построенная на созвучии или контрастах. В рекламе определяет настроение и эмоциональное восприятие макета
В) Тональный рисунок (светотень)	3. Наука, позволяющая изображать на плоскости предметы с сохранением иллюзии объёма и глубины. Все линии построения направлены в точку схода на линии горизонта. Применяется при создании архитектурной визуализации в рекламе
Г) Колорит	4. Изменение формы, упрощение изображения, отказ от деталей ради выразительности. Широко используется в разработке логотипов, иконок и минималистичной рекламной графики
Д) Стилизация	5. Передача объёма предмета через градации света, полутона, тени, рефлекса и блика. В рекламной иллюстрации и фотографии позволяет сделать изображение объёмным и реалистичным

А	Б	В	Г	Д

2. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите закон композиции с его определением и применением в рекламе

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 15 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Закон композиции	Определение и пример в рекламной графике
А) Целостность	1. Выделение главного элемента среди второстепенных с помощью размера, цвета или тона. Например, крупное изображение продукта на фоне нейтральной заливки в рекламном постере
Б) Соподчинение	2. Равномерное распределение визуального веса элементов относительно центра или оси. Используется в логотипах для создания ощущения стабильности бренда
В) Уравновешенность	3. Способность композиции восприниматься как единое целое, где все части связаны между собой. В макете это достигается общим колоритом и ритмом, объединяющим изображение и текст
Г) Доминанта	4. Иерархия элементов, где второстепенное подчиняется главному. В рекламном плакате слоган, изображение и логотип выстраиваются по степени важности для восприятия

А	Б	В	Г

3. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите средство композиции с его характеристикой и применением в рекламном макете. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Средство композиции	Характеристика и пример в рекламном дизайне
А) Контраст	1. Плавный переход, едва заметное различие между элементами. Используется для создания мягкого, гармоничного образа в рекламе люксовых брендов
Б) Нюанс	2. Соразмерность частей между собой и с целым. В макете важно для гармоничного соотношения размера заголовка, изображения и логотипа
В) Ритм	3. Резкое противопоставление по цвету, размеру или форме. В наружной рекламе — яркий баннер на монохромной улице, что-

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 16 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Г) Пропорция	бы привлечь внимание
	4. Повторяемость или чередование элементов, создающее ощущение движения или порядка. Применяется в сериях рекламных постеров для узнаваемости кампании

А	Б	В	Г

4. Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите тип композиции с её описанием и примером в рекламной продукции.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Тип композиции	Описание и пример в рекламе
А) Симметричная	1. Ось симметрии смещена, части композиции различны, но уравновешены по цвету или тону. Часто используется в дизайне упаковки для придания динамики
Б) Асимметричная	2. Элементы располагаются по диагонали, создавая ощущение скорости и движения. Применяется в автомобильной рекламе или спортивных плакатах
В) Динамичная	3. Элементы статичны, преобладают горизонтали и вертикали, формы устойчивы. Характерна для баннеров финансовых организаций и юридических компаний
Г) Статичная	4. Равное расположение элементов относительно вертикальной или горизонтальной оси. Используется в логотипах, визитках и официальной документации для ощущения надёжности

А	Б	В	Г

5. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите этапы выполнения тонального рисунка натюрморта (постановка из предметов для последующего использования в рекламной графике) в правильной последовательности.

1. Композиционное размещение на листе
2. Конструктивное построение предметов
3. Тональная проработка формы
4. Передача пространства и воздушной перспективы
5. Обобщение и завершение рисунка

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 17 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

6. Прочитайте текст и установите порядок.

Расставьте классификации шрифта в хронологии появления, от более раннего к более поздним.

1. Гротеск
2. Антиква
3. Рукописные
4. Брусковые

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

--	--	--	--

7. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите этапы создания композиции рекламного плаката в правильной хронологической последовательности (от начала к завершению)

1. Сбор референсов и натурного материала
2. Поиск композиционной схемы (эскизирование)
3. Формулировка рекламной задачи
4. Детальная проработка макета

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

--	--	--	--

8. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите этапы выполнения наброска фигуры человека (для использования в рекламном плакате) в правильной последовательности

1. Детализация и уточнение
2. Определение общей конструкции
3. Обобщённое восприятие и компоновка
4. Завершающая штриховка

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

--	--	--	--

9. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите этапы выполнения тонального рисунка натюрморта (из предметов быта для последующего использования в рекламной графике) в правильной последовательности

1. Конструктивное построение предметов
2. Тональная проработка объёма
3. Компоновка натюрморта на листе
4. Обобщение и завершение

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

--	--	--	--

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 18 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № ____

10. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите этапы выполнения линейно-конструктивного рисунка куба (для тренировки построения формы в рекламном рисунке) в правильной хронологической последовательности

1. Тональная проработка формы
2. Композиционное размещение на листе
3. Определение перспективы и пропорций
4. Обобщение и завершение

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

--	--	--	--

11. Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите этап работы над рисунком с его содержанием и профессиональной задачей. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Этап работы над рисунком	Содержание этапа и пример в рекламной деятельности
А) Композиционное размещение	1. Передача объёма с помощью светотени: распределение света, полутона, тени, рефлекса и блика. В рекламной иллюстрации — придание продукту реалистичности
Б) Конструктивное построение	2. Выявление пропорций, масштаба и соотношения частей предмета. В рекламном макете — определение размерных соотношений между продуктом, логотипом и текстом
В) Тональная проработка	3. Размещение изображения на листе, выбор формата и масштаба. На этапе эскизирования рекламного плаката — определение компоновки всех элементов
Г) Пропорционирование	4. Построение формы на основе геометрических тел, сквозная прорисовка. При создании рекламного образа — анализ конструкции предмета, его внутреннего строения

А	Б	В	Г

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 19 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

12. Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите вид перспективы с его описанием и применением в рекламном рисунке. К каждой позиции, данной в левом столбце, выберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Вид перспективы	Описание и пример в рекламной визуализации
А) Линейная перспектива	1. Изменение чёткости и цветовой насыщенности объектов по мере их удаления от зрителя. В рекламном пейзаже помогает создать ощущение глубины пространства
Б) Воздушная перспектива	2. Изображение объектов с одной точкой схода на линии горизонта. Применяется при создании рекламных плакатов с изображением улиц, интерьеров или архитектурных объектов
В) Обратная перспектива	3. Перспектива, где параллельные линии не сходятся, а расходятся. Часто используется в иконописи, но в современной рекламе применяется для стилизации и создания графических эффектов
Г) Фронтальная перспектива	4. Изображение объекта, расположенного прямо перед зрителем, с одной точкой схода на линии горизонта. Используется для создания рекламных постеров с «прямым» взглядом на продукт

А	Б	В	Г

13. Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите средство художественной выразительности рисунка с его характеристикой и применением в рекламной графике.

К каждой позиции, данной в левом столбце, выберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Средство выразительности	Характеристика и пример в рекламном дизайне
А) Линия	1. Передача объёма и формы с помощью градаций света и тени. Используется в рекламной иллюстрации для придания изображению реалистичности и глубины
Б) Штрих	2. Быстрый, беглый рисунок,

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 20 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	фиксирующий основную идею. Применяется на этапе поиска композиции рекламного плаката
В) Тон	3. Графический след, оставляемый инструментом; может быть пластичным, фигурным, разной толщины. Используется для создания фактуры и текстуры в рекламной графике
Г) набросок	4. Основное изобразительное средство, определяющее контур и силуэт предмета. В рекламном плакате помогает создать чёткий, узнаваемый образ продукта

А	Б	В	Г

14. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Работа на основном формате начинается с...

1. Композиционного размещения изображения на листе бумаги
2. Подбора натуры

15. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Цвет условно можно условно разделить на...

1. Поверхностный, плоскостной, пространственный
2. Поверхностный, плоскостной
3. Плоскостной, объемный

16. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Физическими факторами, влияющими на восприятие цвета не-самосветящихся тел, не являются

1. Физико-химические свойства поверхности или материала (локальный цвет, фактура, текстура, структура)
2. Дистанция от точки наблюдения до наблюдаемого объекта
3. Личное восприятие цвета человеком
4. Освещенность.

17. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Два основных вида композиции ...

1. Статичная и динамичная
2. Динамичная и дробная

18. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Динамичная композиция...

1. Хорошо передает движение, бурные эмоции, стихию природы
2. Это композиция, которая передает в рисунке ощущение равновесия, состояние умиротворения

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 21 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

19. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Среди типов колорита нет такого как...

1. Насыщенный или яркий колорит
2. Ломанный колорит
3. Разбеленный колорит
4. Контрастный колорит

20. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Среди психофизических характеристик цвета нет:

1. Цветовой тон
2. Чистота цвета
3. Яркость
4. Дистанция от точки наблюдения до наблюдаемого объекта

21. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Слово «перспектива» переводится как...

1. Смотреть сквозь, проникать взором
2. Затемнение
3. Оба варианта верны

22. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Возникновение перспективы как науки относится к эпохе....

1. Возрождения
2. Просвещения
3. Модернизма

23. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Какой эффект создается при использовании дополнительных цветов в рекламе?

1. усиление зрительного восприятия и привлечение внимания
2. создание гармонии без сильного контраста
3. изменение общего тонального настроения
4. уменьшение насыщенности изображения

24. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Как называется композиция, построенная на контрасте светлого и темного?

1. монохромная композиция
2. тональная композиция
3. декоративная композиция
4. контрастная композиция

25. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Чем выше линия горизонта, тем больше расширяется кольцо (круг, окружность) и по мере приближения к линии горизонта кольцо...

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 22 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. Расширяется.

2. Сужается

26. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Основным элементом, определяющим рекламное сообщение, является (ются):

1. звук

2. свет, рисунок

3. изображение, текст

27. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Верно ли утверждение: Форма, структура и количество цветов, использовавшихся в каждом круге, не имеет существенного значения, это одно и то же правило колористики, только в разных интерпретациях.

1.верно

2.неверно

28. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Основные характеристики цвета...

1. Цветовая, яркостная

2. Тоновая, цветовая, яркостная

3. Оба ответа верны

29. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. В рисовании интерьера особое значение приобретает...

1. Метода стилизации рисунка

2. Метод линейно-конструктивного построения изображения и знание закономерностей перспективы

3. Оба варианта верны

30. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Геометрические тела (шар, куб, призма, цилиндр, конус, пирамида) составляют основу строения любых сложных форм, т.е. являются

1. Формообразующими.

2. Симметричными.

3. Оба варианта верны

31. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Верно ли утверждение: Свет не должен быть «слепящим», то есть не должен находиться перед художником и освещать объект «в лоб».

1. верно

2.неверно

32. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 23 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Продолжите предложение. Для письма масляными красками наиболее популярны кисти из свиной щетины, использующиеся для грубой работы, и колонок для тонких деталей, а также синтетика.

1. верно
2. неверно

*Часть 2. База тестовых вопросов **открытого типа***

33. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. Сущность, характерная особенность строения любой формы, предполагающая взаимосвязь частей в целом и их соотношении – это _____

34. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. Сочетание аддитивного и субтрактивного воспроизведения цвета – это _____

35. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. Обобщенное название произведений печатной графики, представляющее собой гравюрный либо любой другой оттиск на бумаге с печатной формы – это _____

36. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. Отсвет цвета и света от какого-либо предмета, возникающий в тех случаях, когда на этот предмет падает отсвет от окружающих объектов (соседних предметов, неба и т.д.) - это _____

37. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. Согласованная система всех размерных величин _____

38. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. Одноцветность произведений декоративно-прикладного искусства, скульптуры и архитектуры – это _____

39. Прочитайте задание, вставьте верное слово

Вставьте термин. Художники, изображающие животный мир – это _____

40. Прочитайте задание, вставьте верное слово

Вставьте термин. Вид рисунка, который высмеивает какие-то недостатки человека, общества – это _____

41. Прочитайте задание, вставьте верное слово

Вставьте термин. Понятие «статика» в композиции означает _____

42. Прочитайте задание, вставьте верное словосочетание

Вставьте термин. В рисовании интерьера особое значение имеет _____

Часть 3. Задание с развернутым ответом

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 24 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

43. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
 Какими средствами передается объем в рисунке?

44. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
 В какие цвета следует окрасить помещение, чтобы атмосфера в нем казалась более прохладной, чем на самом деле?

45. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
 Объем и форма объектов в рекламном рисунке могут передаваться с помощью каких приемов?

46. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ
 Опишите диагональное золотое сечение.

3.3 Ключи и критерии к оцениванию задания

№ задания	Верный ответ	Критерии
1.	24153	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
2.	4312	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
3.	2413	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
4.	2341	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
5.	12345	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
6.	3241	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
7.	3124	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
8.	3214	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
9.	3124	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
10.	2314	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
11.	3412	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 25 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

12.	2134	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
13.	3421	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
14.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
15.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
16.	3	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
17.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
18.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
19.	4	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
20.	4	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
21.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
22.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
23.	2	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
24.	2	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
25.	2	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
26.	3	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
27.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
28.	2	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
29.	2	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
30.	1	Верный ответ – 1 балл;

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 26 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
31.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
32.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
33.	конструкция	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
34.	автотипия	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
35.	эстамп	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
36.	Рефлекс	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
37.	Пропорция	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
38.	Монохромия	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
39.	Анималисты	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
40.	Карикатура	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
41.	Устойчивость	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
42.	Линейная перспектива и воздушная перспектива	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
43.	1. Полутон; 2. Блик; 3. Собственная тень; 4. Падающая тень; 5.Рефлекс	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
44.	Синие, голубые, сине-зеленые;	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
45.	Сквозное построение. Грамотно поставленный свет. Штриховка по форме Неравномерность штриховки. Фон и изменение его тона в зависимости от освещения. Контраст и нюанс.	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
46.	В прямоугольнике проводим диагональ. Далее из вершины необходимо провести перпендикуляр к уже проведенной диагонали. В итоге получаются три треугольника разных размеров. Значимые объекты	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 27 из 27	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	располагаются в них.	
--	----------------------	--

3.4 Дополнительные материалы и оборудование

При выполнении заданий промежуточной аттестации экзаменуемый имеет право пользоваться спектром цвета.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется по пятибалльной системе оценивания

Экзамен, зачет, зачет с оценкой и пр. проводится в форме компьютерного тестирования:

0-49% выполненных заданий - неудовлетворительно (оценка 2) (не зачтено);

50-69 % выполненных заданий - удовлетворительно (оценка 3) (зачтено);

70-90 % выполненных заданий - хорошо (оценка 4) (зачтено);

91-100 % выполненных заданий - отлично (оценка 5) (зачтено).

Общее время выполнения работы – 2 ак.ч.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).