

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.08.2026 11:38:15
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 1 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств для
ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ)
АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ**

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

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 1 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

42.02.01 Реклама, направленность программы «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», Фонд оценочных средств итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников, 2026 год набора, очная форма обучения

Утвержден:

Проректор по учебной работе

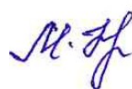


А.А. Саламатов

Согласована:

Педагогическим советом Колледжа ЧелГУ
 Протокол заседания от 25.06.2026 г. № 6

Председатель Педагогического совета
 Колледжа ЧелГУ



М.В. Найн

Автор (составитель)



С.А. Осипенко

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 2 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств	3
1.1. Перечень формируемых компетенций	3
2. Система контроля оценки освоения ППССЗ	14
2.1. Спецификация контрольных измерительных материалов (КИМ) для демонстрационного экзамена	14
3. Критерии оценивая демонстрационного экзамена базового уровня ...	16
Приложение 1	19
Приложение 2	21

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 3 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. Паспорт фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) для проведения итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников оценивает все совокупность компетенций, которая установлена федеральным государственным стандартом среднего профессионального образования (далее - ФГОС СПО) для программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама.

Фонд оценочных средств для проведения итоговой (государственной итоговой) аттестации содержит:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- описание критериев оценивания КИМ.

1.1. Перечень формируемых компетенций

В результате освоения ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама выпускник готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
- разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;
- создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

В результате итоговой (государственной итоговой) аттестации осуществляется комплексная проверка умений и знаний, а также динамика формирования общих и профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
-----------------	--------------------------	----------------

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 4 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

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 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

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 5 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования
		Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения: организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
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	Умения: описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 6 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	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
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения: соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 7 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

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

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими профессиональными компетенциями (далее - ПК), соответствующими основным видам деятельности, включая минимальные требования к результатам освоения основных видов деятельности:

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК.1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
		Знания: - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы;

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 8 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка	Практический опыт: - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования. Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка. Знания: - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. Умения: - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. Знания: - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
	ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт: - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций Умения: - Преобразовывать требования заказчика в бриф Знания: - Принципов выбора каналов коммуникации - Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных	ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и	Практический опыт: Планирования системы маркетинговых коммуникаций Умения: - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 9 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. Знания: - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Практический опыт: - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. Умения: - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 10 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		- осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. Знания: - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Практический опыт: - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умения: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Знания: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения 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;

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 11 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования 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.
		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 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Практический опыт: - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 12 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.
		Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	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.
	ПК.4.2. Разрабатывать	Знания: - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам. Практический опыт: -определения оригинальной идеи для рекламной кампании;

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 13 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	- 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
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Практический опыт: - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы. Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты;

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 14 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
		Знания: - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

2. Система контроля оценки освоения ППССЗ

Итоговая (государственная итоговая) аттестация выпускников по специальности 42.02.01 Реклама проводится в форме демонстрационного экзамена.

Демонстрационный экзамен направлен на определение уровня освоения выпускником материала, предусмотренного образовательной программой, и степени сформированности профессиональных умений и навыков путем проведения независимой экспертной оценки выполненных выпускником практических заданий в условиях реальных или смоделированных производственных процессов.

Демонстрационный экзамен по специальности 42.02.01 Реклама проводится базового уровня на основе требований к результатам освоения образовательных программ среднего профессионального образования, установленных ФГОС СПО.

Демонстрационный экзамен проводится на базовом уровне:

2.1. Спецификация контрольных измерительных материалов (КИМ) для демонстрационного экзамена

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 15 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Единое базовое ядро содержания КИМ (таблица № 1) сформировано на основе вида деятельности (вида профессиональной деятельности) в соответствии с ФГОС СПО.

Таблица 1

Вид деятельности/ Вид профессиональной деятельности	Перечень оцениваемых ОК/ПК	Перечень оцениваемых умений, навыков (практического опыта)
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Умение: определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет Практический опыт: постановка задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет
	ПК. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Умение: проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность Умение: представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов Умение: писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп Умение: преобразовывать требования заказчика в бриф Навык: подбор и использование оффера
	ОК. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умение: выделять наиболее значимое в перечне информации
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Умение: производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 16 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	ПК. Проводить анализ конкурентов	Практический опыт: выявление основных и второстепенных конкурентов
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Умение: определять ключевые цели рекламной кампании
		Умение: формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК
		Умение: осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения
		Умение: определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание
		Умение: учитывать мнение заказчика при планировании РК
	ПК. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Умение: определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета

Демонстрационный экзамен включает выполнение комплексного практического задания по модулям (Приложение 1):

Модуль 1: Анализ ситуации рекламодателя и брифование;

Модуль 2: Ключевые рекламные решения;

Модуль 3 Разработка рекламных носителей;

Модуль 5 Презентация выполненных задач

КИМ ДЭ включает комплексную практическую задачу, моделирующую профессиональную деятельность и выполняемую в режиме реального времени (приложение 2).

3. Критерии оценивая демонстрационного экзамена базового уровня

Результаты выполнения выпускниками КИМ подлежат фиксации экспертами в соответствии с критериями оценивания.

Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта – 2 балла.

Умение: производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ			
Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 17 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

потребителей

Навык: выявление основных и второстепенных конкурентов

Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий – 8 баллов.

Умение: определять ключевые цели рекламной кампании, формулировать задачи рекламной кампании, исходя из целей РК, осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного проведения, определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание, учитывать мнение заказчика при планировании РК, определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета.

Итоговые продукты: бриф, анализ, нейм, логотип, слоган, макеты для каналов рекламы и презентация.

Презентация не проводится, а подгружается как результат выполнения модуля.

Распределение баллов по критериям оценивания для демонстрационного экзамена базового уровня в рамках ГИА:

№	Вид деятельности /Вид профессиональной деятельности	Критерий оценивания	Баллы
1	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Разработка стратегий продвижения бренда в сети Интернет	11
		Разработка рекламных кампаний бренда в сети Интернет	23
		Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности	6
2	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Определение целевой аудитории и целевых групп	1
		Проведение анализа конкурентов	1
		Проведение стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	6
		Предъявление результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	2
	ИТОГО		50

Баллы выставляются в протоколе проведения демонстрационного экзамена, который подписывается каждым членом экспертной группы и утверждается администратором центра проведения экзамена после завершения экзамена для экзаменационной группы.

Результаты проведения ГИА оцениваются с проставлением одной из отметок: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» - и объявляются в тот

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 18 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

же день после оформления протоколов заседаний ГЭК.

Шкала перевода баллов в пятибалльную систему:

Оценка ГИА	«2»	«3»	«4»	«5»
Итоговая оценка выполнения заданий ДЭ (проценты)	0,00% – 49,99%	50,00% – 64,99%	65,00% – 89,99%	90,00% – 100,00%

Статус победителя, призера финала чемпионата по профессиональному мастерству «Профессионалы», чемпионата высоких технологий, победителя чемпионата по профессиональному мастерству среди инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья «Абилимпикс», победителя и призера национального открытого чемпионата творческих компетенций «АртМастерс (Мастера Искусств)» по профилю осваиваемой образовательной программы среднего профессионального образования засчитывается выпускнику в качестве оценки «отлично» по демонстрационному экзамену в рамках проведения ГИА по специальности 42.02.01 Реклама.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 19 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Приложение 1

Модуль 1. Анализ ситуации рекламодателя и брифование

Необходимо внимательно ознакомиться с кейсом, который будет служить основой для дальнейшей работы. Важно определить ключевую цель рекламы, которую ставит перед собой рекламодатель.

Провести анализ текущей ситуации заказчика.

Провести анализ конкурентов.

Выявить целевую аудиторию. Необходимо детально проанализировать, кто именно является потенциальным потребителем рекламируемого продукта или услуги. Это включает в себя анализ факторов, которые могут повлиять на восприятие рекламы.

После этого следует выявить существенные параметры рекламных мероприятий. Включает в себя выбор каналов распространения рекламы, форматы рекламных материалов, бюджетные ограничения и временные рамки проведения рекламных мероприятий.

На основе собранной информации необходимо создать бриф. В этом документе обязательно должны быть указаны следующие элементы: информация об объекте рекламирования (что именно рекламируется), цели рекламы (что рекламодатель хочет достичь), данные о целевой аудитории (кто будет видеть рекламу), а также планируемые рекламные мероприятия (какие действия будут предприняты для достижения целей).

Дополнительно к заданию уровня ПА оцениваются следующие параметры:

Наличие описания целевой аудитории в брифе

Соответствие цели рекламных мероприятий требованиям заказчика

Наличие брифа

Логика построения брифа

Наличие в брифе информации об объекте рекламирования

Указание каналов рекламы в брифе

Перечисление конкурентов в брифе

Необходимые приложения:

Прил_1_ОЗ_КОД 42.02.01-1-2026-M1.docx

Модуль 2. Ключевые рекламные решения

На основании аналитики рекламодателя и брифа необходимо разработать нейм, логотип и слоган. Данные константы должны соответствовать креативности и эффективности концептуальных решений айдентики, их оригинальности и соответствию задачам.

Оценивается содержание и оригинальность слогана, а также его соответствие поставленным целям. Все константы должны соответствовать профилю заказчика и отвечать потребностям целевой аудитории.

Дополнительно к уровню ПА оцениваются следующие параметры:

Соответствие нейма профилю заказчика

Отражение в логотипе специфики товарной категории

Отражение маркетинговых характеристик в слогане

Применимость предложенных разработок в реализации рекламных мероприятий торговой марки

Отражение в разработанных материалах специфики товарной категории

Необходимые приложения: отсутствуют

Модуль 3 Разработка рекламных носителей

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 20 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Разработка макетов для нескольких каналов рекламы, указанных в брифе (не менее 3).
 Выбор каналов осуществляется по принципу приоритетных в данном проекте.

Необходимые приложения: отсутствуют.

Модуль 5. Презентация выполненных задач

Подготовка электронной презентации о ходе разработки рекламных мероприятий для продвижения объекта рекламирования. В презентации должны быть отражены выполненные разработки предыдущих модулей.

Презентация должна быть логично построена, соответствовать теме и задачам.

Необходимые приложения: отсутствуют.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 21 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Приложение 2

КЕЙС

Предлагается разработать рекламную кампанию и материалы для продвижения на рынке новой услуги – онлайн-курса актерского мастерства.

Программа предполагается к реализации для всех желающих возрастом с 18 лет.

Курс преподают профессиональные актеры, режиссеры, сценаристы, педагоги. Программа актерского мастерства создана для тех, кто хочет прикоснуться к магической атмосфере театрального искусства и попробовать себя на сцене, а также овладеть навыками актерского мастерства для повседневной жизни.

В данной программе мы можем предложить, не только индивидуальные занятия, но и корпоративные занятия для решения задач бизнеса.

Вы хотите уверенно чувствовать себя в любой ситуации? Хотите научиться управлять своими эмоциями? Мечтаете раскрыть свой внутренний потенциал и прикоснуться к великому искусству сцены? Тогда приглашаем вас на бесплатное вводное пробное занятие длительностью 2 часа! Записаться можно по телефону +7(343) 209-99-99

Программа курса включает в себя:

I. АКТЕРСКИЙ ТРЕНИНГ 1. Снимаем телесные и психологические зажимы: упражнения на снятие психофизических зажимов, тренинг на эмоциональное раскрепощение; сценическая пластика - работа с телом, понятие пластической фразы. 2. Приобретаем артистическую смелость и развиваем харизму: ПФД (память физических действий), работа с воображаемым предметом, игровые тренинги на быстроту реакции, находчивость и проницательность, не боимся быть «смешными», учимся быть убедительными и эмоционально заразительными. 3. Учимся основам импровизации и быстро принимать решения: импровизационный тренинг включает упражнения на спонтанность реакции и гибкость мышления, этюды: «Я в предлагаемых обстоятельствах». 4. Тренинг на эффективное взаимодействие в команде: игровые тренинги на проявление своих сильных сторон, упражнения на внимание, развитие памяти, доверие к партнеру 5. «Я и маска»: создаем образ, вживаемся в роль, учимся искусству перевоплощения; дневник персонажа, природа чувств персонажа, логика поведения; видеосъемка: «диктор новостей», «ведущий прогноза погоды» и тд

II. РЕЧЕВОЙ ТРЕНИНГ 1. Правильная постановка дыхания: постановка диафрагмального дыхания на опоре; работа с резонаторами. 2. Освобождаемся от мышечных зажимов: упражнения на расслабление окологлоточной мускулатуры; внутриглоточная артикуляция. 3. Добиваемся четкой дикции и артикуляции: артикуляционная гимнастика для нижней челюсти, губ и языка. 4. Убираем говор, речевые дефекты: основы голосообразования; упражнения на развитие силы и посыла звука. 5. Секреты правильного произношения и ударения во фразах: орфоэпия гласных и согласных; правильно распределяем ударения. 6. Учимся управлять своим голосом и воздействовать на партнера: тембральная окраска голоса; темпоритм, скорость речи; яркость и сексуальность голоса. 7. Осваиваем основы ораторского искусства, учимся выступать на публику: работа с художественным текстом; интонационная выразительность; артистизм и уверенность в себе; композиция речи (четкая последовательность); самопрезентация.

Стоимость: Курс индивидуальный – 16000 рублей.

Длительность курса – 2 месяца.

График занятий - 2 раза в неделю по 2 часа.

Занятия проводятся онлайн в согласованное время с обучающимся.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Колледж ЧелГУ		
	Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 22 из 23	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Сроки рекламной кампании – ждём Ваших предложений.
 Бюджет рекламной кампании - ждём Ваших предложений.