

Профессиональная образовательная автономная
некоммерческая организация
**АКАДЕМИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ
СИСТЕМ И КРЕАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Одобрено
Педагогическим советом
академии
от «09» февраля 2026 г.
(протокол № 1)

Утверждаю
Директор академии

приказ от «09» февраля 2026 г. № 5



ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ: Рекламная деятельность

КОД СПЕЦИАЛЬНОСТИ: 42.02.01 Реклама

Москва 2026

Оценочные материалы учебной дисциплины рассмотрены и одобрены предметно- цикловой комиссией дисциплин из области средств массовой информации и информационно-библиотечного дела **ПО АНО "АКИСИТ"**

Протокол №1 «09» февраля 2026 г.

Оценочные материалы учебной дисциплины разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «21» июля 2023 г. № 552

Организация-разработчик: ПО АНО "АКИСИТ"

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Паспорт оценочных материалов	4
2. Система контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины	16
3. Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины (текущий контроль)	21
4. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по учебной дисциплине	40

1. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

1.1. Область применения

Оценочные материалы предназначены для проверки результатов освоения учебной дисциплины Рекламная деятельность программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 Реклама

Оценочные материалы включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме **дифференцированного зачета**.

Оценочные материалы разработаны на основании основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 42.02.01 Реклама рабочей программы учебной дисциплины Рекламная деятельность

Оценочные материалы позволяет оценивать:

Перечень компетенций, формируемых при освоении дисциплины

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

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

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

2. СИСТЕМА КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Оценка уровня освоения умений и усвоения знаний по дисциплине производится на основании промежуточной аттестации, в том числе по результатам текущего контроля.

Условием допуска обучающихся к промежуточной аттестации является выполнение всех работ по текущему контролю. Промежуточная аттестация должна целостно отражать объем проверяемых умений и знаний.

2.1. Формы и методы текущего контроля: устный опрос, письменный опрос (может быть проведен в форме тестирования), выполнение практических работ при проведении практических занятий, внеаудиторная самостоятельная работа, в том числе сообщение по теме или реферативное задание, или исследовательское задание, предусматривающее создание и защиту электронной презентации по теме, и т.п.

Устный опрос – контроль, проводимый после изучения материала по одному или нескольким темам (разделам) дисциплины в виде ответов на вопросы и обсуждения ситуаций.

Письменный опрос – контроль, предполагающий работу с поставленными вопросами, решением задач, анализом ситуаций, выполнением практических заданий по отдельным темам (разделам) курса. Письменный опрос может быть проведен в форме тестирования. Тесты – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру оценки уровня знаний и умений обучающихся. Если письменный опрос проводится в форме тестирования или компьютерного тестирования студенты должны внимательно прочитать задания теста и выполнить задание теста. Как правило, выбрать правильный ответ из

предложенных вариантов. Максимальное время прохождения теста указывается в задании в зависимости от количества вопросов в тесте.

Комбинированный опрос – контроль, предусматривающий одновременное использование устной и письменной форм оценки знаний по одной или нескольким темам. Задания выполняются студентом в строгой последовательности без консультации преподавателя.

Выполнение практических работ при проведении практических занятий направлено на проверку умений и сформированности компетенций (элемента компетенций). В текущем контроле оценивается правильность выполнения заданий по теме и степень самостоятельности обучающегося при выполнении заданий.

При проведении практических занятий может быть проведена **деловая или ролевая игра**. Деловая и/или ролевая игра – совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи, а также уровень сформированности компетенций (элемента компетенций).

Самостоятельная работа в виде сообщения по теме или реферативного задания, или исследовательского задания, предусматривающего создание и защиту электронной презентации по теме.

Сообщение по теме – контроль знаний по индивидуальным или групповым заданиям с целью проверки правильности их выполнения, умения обобщать пройденный материал и публично его представлять, проследивать логическую связь между темами курса.

Реферативное задание является формой самостоятельной работы студентов. Реферат оформляется в бумажном варианте в соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению курсовой работы. Реферат может сопровождаться электронной презентацией. Защита реферата проводится в устной форме в рамках учебных занятий.

Выполнение исследовательского задания, результатом которого выступает разработка **электронной презентации**, является формой самостоятельной работы студентов. Электронная презентация разрабатывается студентами индивидуально. Защита исследовательского задания с показом презентации проводится в устной форме в рамках учебных занятий. При подготовке выступления по презентации можно руководствоваться рекомендациями к подготовке защиты курсовой работы.

2.2. Критерии текущего контроля:

Критерии оценки устного или письменного опроса:

- «5» - Ответ полный, аргументированный
- «4» - Ответ требует дополнений
- «3» - Ответ раскрывает с наводящими вопросами
- «2» - Отказывается отвечать

Критерии оценки письменного опроса в форме тестовых заданий, практических работ при проведении практических занятий:

Процент результативности	Оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
91% - 100%	5	отлично
71% - 90%	4	хорошо
51% - 70%	3	удовлетворительно
0% - 50%	2	неудовлетворительно

Критерии оценки письменной практической работы:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся за работу, выполненную безошибочно, в полном объеме с учетом рациональности выбранных решений;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся за работу, выполненную в полном объеме с недочетами;

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся за работу, выполненную в не полном объеме (не менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы).
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся за работу, выполненную в не полном объеме (менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы).

Критерии оценки деловой игры:

- «5» - Полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели. Проведен детальный анализ нормативных правовых и теоретических источников, решение всех вопросов, поставленных в сценарии деловой игры аргументировано.
- «4» - Полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели. Проведен детальный анализ нормативных правовых и теоретических источников, решение вопросов деловой игры принято верно, но не аргументированно.
- «3» - Полученные результаты полностью соответствуют поставленной цели. Не проведен детальный анализ нормативных правовых и теоретических источников
- «2» - Полученные результаты не соответствуют поставленной цели

Критерии оценивания рефератов, сообщений

- Оценка 5 - ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата, сообщения: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
- Оценка 4 – основные требования к реферату, сообщению, и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата, сообщения; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
- Оценка 3 – имеются существенные отступления от требований к оформлению реферата, сообщения. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата, сообщения или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
- Оценка 2 – тема реферата, сообщения не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.
- Оценка 1 – реферат или сообщение не представлен.

Критерии оценивания защиты презентаций

- Оценка 5 - ставится, если выдержан объем презентации- 12-16 слайдов, тема раскрыта полностью, дизайн логичен и подчеркивает содержание, имеются постоянные элементы дизайна, графика соответствует теме, отсутствуют грамматические ошибки.
- Оценка 4 – объем презентации выдержан, но тема раскрыта не полностью, имеются незначительные грамматические ошибки, дизайн соответствует содержанию, графика соответствует содержанию.
- Оценка 3 - объем презентации выдержан, работа демонстрирует неполное понимание содержания, дизайн и графика случайные, есть грамматические ошибки, мешающие восприятию информации.
- Оценка 2 – работа сделана фрагментарно, тема не раскрыта. Оценка 1 – презентация не представлена.

2.3.Критерии промежуточной аттестации

Для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена (дифференцированного зачета) используются следующие критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал дисциплины, исчерпывающе, последовательно, четко и логически

стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.

Для проведения промежуточной аттестации в форме зачета используются следующие критерии оценки:

«Зачтено» выставляется, если ответ логически и лексически грамотно изложенный, содержательный и аргументированный ответ, подкрепленный знанием литературы и источников по теме задания, умение отвечать на дополнительно заданные вопросы; незначительное нарушение логики изложения материала, периодическое использование разговорной лексики, допущение не более одной ошибки в содержании задания, а также не более одной неточности при аргументации своей позиции, неполные или неточные ответы на дополнительно заданные вопросы; незначительное нарушение логики изложения материала, периодическое использование разговорной лексики при допущении не более двух ошибок в содержании задания, а также не более двух неточностей при аргументации своей позиции, неполные или неточные ответы на дополнительно заданные вопросы.

«Не зачтено» выставляется, если в ответе допущено существенное нарушение логики изложения материала, систематическое использование разговорной лексики, допущение не более двух ошибок в содержании задания, а также не более двух неточностей при аргументации своей позиции, неправильные ответы на дополнительно заданные вопросы; существенное нарушение логики изложения материала, постоянное использование разговорной лексики, допущение не более трех ошибок в содержании задания, а также не более трех неточностей при аргументации своей позиции, неправильные ответы на дополнительно заданные вопросы; полное отсутствие логики изложения материала, постоянное использование разговорной лексики, допущение более трех ошибок в содержании задания, а также более трех неточностей при аргументации своей позиции, полное незнание литературы и источников по теме вопроса, отсутствие ответов на дополнительно заданные вопросы.

При выполнении заданий в тестовой форме обычно используются следующие критерии оценки

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка уровня подготовки	
	балл (отметка)	вербальный аналог
91% - 100%	5	отлично
71% - 90%	4	хорошо
51% - 70%	3	удовлетворительно
0% - 50%	2	неудовлетворительно

Критерии оценивания выполнения практической работы:

– оценка «отлично» выставляется обучающемуся за работу, выполненную безошибочно, в полном объеме с учетом рациональности выбранных решений;

– оценка «хорошо» выставляется обучающемуся за работу, выполненную в полном объеме с недочетами;

– оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся за работу, выполненную в не полном объеме (не менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы).

– оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся за работу, выполненную в не полном объеме (менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы).

При решении комплексной ситуационной задачи можно использовать следующие критерии оценки:

«отлично»

- дается комплексная оценка предложенной ситуации;
- демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять;
- последовательное, правильное выполнение всех заданий;
- умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы.

«хорошо»

- дается комплексная оценка предложенной ситуации;
- демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять;
- последовательное, правильное выполнение всех заданий;
- возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя;
- умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы.

«удовлетворительно»

- затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации;
- неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя;
- выполнение заданий при подсказке преподавателя;
- затруднения в формулировке выводов.

«неудовлетворительно»

- неправильная оценка предложенной ситуации;
- отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий

3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ)

Проверяемые образовательные результаты (умения)	Примерные практические задания для контроля в соответствии с уровнем освоения
ориентироваться в основных понятиях и категориях рекламы	Принято выделять четыре коммуникативные революции: 1) возникновение речи, 2) возникновение письменности, 3) появление книгопечатания, 4) развитие электронной коммуникации. Выполните одно из заданий на выбор: - сделайте сравнительный анализ четырех коммуникативных революций, отразив следующие параметры: новые появившиеся коммуникационные инструменты; скорость изменений в коммуникациях; роль «революции» в дальнейшем развитии коммуникаций - спрогнозируйте вероятность и содержание пятой коммуникативной революции (напишите эссе или создайте визуальную презентацию)
идентифицировать рекламу и рекламную продукцию по характеристикам и маркерам	Сформулируйте требования к рекламе (рекламным продуктам) А) со стороны заказчика Б) со стороны рекламопроизводителя и/или рекламораспространителя В) со стороны аудитории
определять неэтическую и недобросовестную рекламу	Найдите в интернете и прокомментируйте резонансные примеры недобросовестной или неэтичной рекламы. В каком виде рекламы, на ваш взгляд, такие примеры случаются чаще (коммерческая, социальная, политическая?)
определять вид рекламного продукта	Сравните продукт печатной рекламы (рекламное объявление в газете или журнале) и продукт полиграфической рекламы (листовку, флаер и т.п.). Назовите их сходства и различия (с точки зрения производства, площадок, креатива, воздействия)
ориентироваться в основных площадках размещения рекламы	Выберите одну из площадок рекламной коммуникации: газета, журнал, радиостанция, телеканал, социальная сеть, корпоративный сайт. В формате деловой игры докажите «заказчику», что ваша коммуникационная площадка наиболее эффективна для размещения рекламы
определять функции и задачи каждого участника рекламного процесса	Деловая игра «Организация рекламного процесса». В мини-командах выберите свою роль (заказчик / рекламное агентство / средство массовой коммуникации / целевая группа) и выполните соответствующие функции в рекламном процессе, добавляя элементы несогласия с предлагаемыми вариантами
работать со специализированными документами рекламной деятельности	Ознакомьтесь со стандартной структурой технического задания для рекламиста. Составьте техническое задание для а) рекламного дизайнера, б) видеографа, в) таргетолога с учетом рекламируемого объекта,

	предложенного преподавателем
аргументировать свою оценку рекламного продукта	Решите одну из задач, аргументируя свои ответы: А) Перед началом рекламной кампании уровень продаж товара находился в точке А. Во время активной рекламной кампании уровень продаж увеличился на 10%, а после окончания быстро вернулся в исходное состояние. Как вы считаете, почему не появился шлейф рекламной кампании, в чем могут быть причины? Б) Перед началом рекламной кампании уровень продаж товара находился в точке А. Во время активной рекламной кампании уровень продаж уменьшился на 4%, а после окончания медленно вернулся в исходное состояние. Как вы считаете, каковы могут быть причины падения продаж в период реализации рекламной кампании?
оценивать прогнозы развития рекламы	Напишите эссе по одному из вопросов: - Как меняется креатив и его роль в рекламной деятельности? Приведите примеры. - Согласны ли вы с утверждением, что наибольшую роль в развитии рекламы играют технологические факторы (развитие коммуникационных технологий, расширение интернет-инструментария рекламы и т.п.)? Обоснуйте свой ответ. - Оцените и спрогнозируйте роль искусственного интеллекта в развитии рекламной отрасли.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация знаний по дисциплине осуществляется в форме дифференцированного зачета. Условием допуска к дифференцированному зачету является положительная текущая аттестация по всем видам формам текущего контроля.

Перечень вопросов для дифференцированного зачета

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения
основные понятия теории коммуникаций и рекламы	Основные элементы коммуникационного процесса Модель коммуникации Г.Лассуэла Знаковая теория коммуникации. Классификация знаков языка Коммуникативная среда и сферы коммуникации Стадии коммуникационного процесса Объект и предмет теории коммуникации Модель коммуникации Г.Лассуэла. Модель коммуникации Шеннона-Уивера. Понятие рекламы, рекламного процесса, рекламной деятельности, рекламной отрасли Основные цели рекламы с точки зрения заказчика, с точки зрения аудитории Функции рекламы: экономическая, маркетинговая, коммуникационная, социальная.

основные этапы развития рекламы и коммуникаций	История возникновения и развития коммуникации. Понятие коммуникативных революций. Ключевые деятели в области рекламы, повлиявшие на процесс развития рекламы во Франции, Германии, США (на выбор) Ключевые деятели в области рекламы, повлиявшие на процесс развития рекламы в России и Советском Союзе Фольклорные виды устной рекламы Средневековья Виды ярмарочной рекламы в России 17-19 вв. В каком году в России был принят федеральный закон «О рекламе»? Назовите рекламные новации 19 в. в США Каковы отличительные черты политической рекламы советского периода?
аспекты правового и этического регулирования рекламной деятельности	На какие виды продукции, реклама ограничена законом? Каковы причины данных ограничений? Какие ограничения наложены рекламодателем на рекламу табачных изделий? Каким образом защищаются права несовершеннолетних потребителей рекламы? На какую рекламу закон «О рекламе» не распространяется? Цели закона РФ «О рекламе»? В каком случае реклама считается недостоверной? Что относится к недобросовестной рекламе?
классификация видов рекламных коммуникаций	Коммерческая реклама, ее характеристики. Реклама возможностей, реклама потребностей. Политическая реклама, ее характеристики. ATL-, BTL- и TTL-реклама. Чем отличается коммерческая реклама от некоммерческой? Какие виды рекламы существуют? Что такое коммерческая реклама? Какие темы социальной рекламы наиболее актуальны? Что является объектом социальной рекламы?

основные инструменты и средства распространения рекламы	Что относится к транзитной рекламе? Какие требования предъявляются к наружной рекламе? Какие виды наружной рекламы существуют? Что относится к сувенирной рекламе? Виды радиорекламы? Каковы преимущества рекламных сувениров по сравнению с другими средствами распространения рекламы?
участники рекламного процесса, их функции	Участники рекламного процесса и их функции. Рекламодатель как участник рекламного процесса. Рекламопроизводитель и рекламораспространитель как участники рекламного процесса. Для чего нужно выявлять потребности клиента? Какие основные потребности мотивов есть у клиентов? Что понимают под поведением потребителя?
организационные формы рекламной деятельности	Понятие рекламного рынка и его уровней. Внутренняя и внешняя рекламная среда. Организационные формы рекламной деятельности: рекламный отдел или управление; рекламное, коммуникационное или специализированное агентство. Аутсорсинг, фриланс. Рекламный отдел как организационная форма рекламного процесса Агентство как организационная форма рекламного процесса. Виды агентств. Достоинства и недостатки аутсорсинга как организационной формы рекламного процесса.
основные документы, используемые в рекламной деятельности	Почему необходим порядок в документообороте организации? Какие виды документов вы знаете? Перечислите основные пункты технического задания для рекламиста Дайте определение рекламной концепции как документа Какие основные статьи включает рекламный бюджет?
основные методы оценки эффективности рекламы	Какой метод маркетинговых исследований является наиболее популярным? Какие виды оценки эффективности рекламы применяются на практике? Каковы основные характеристики экономической эффективности рекламы? В чем состоят трудности выявления коммуникативной эффективности рекламы?
тенденции и векторы развития рекламы	Какие экономические изменения произошли на мировом и российском рекламном рынке и чем они обусловлены? Какие новые организационные формы рекламной деятельности появились в последнее время, какими факторами обусловлены изменения? Как меняется креатив и его роль в рекламной деятельности? Как именно влияет развитие интернет-технологий на рекламную деятельность (для специалистов, для аудитории)?