

Профессиональная образовательная автономная
некоммерческая организация
**МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ
РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА**

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

Утверждаю
Директор академии

приказ от «09» февраля 2026 г. № 5



ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
профессионального модуля

НАИМЕНОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ: ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

КОД СПЕЦИАЛЬНОСТИ: 42.02.01 Реклама

Москва 2026

Оценочные материалы профессионального модуля рассмотрены и одобрены предметно-цикловой комиссией дисциплин из области средств массовой информации и информационно-библиотечного дела **ПО АНО "Международная академия дизайна и рекламы"**

Протокол №1 «09» февраля 2026 г.

Оценочные материалы профессионального модуля 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 "Международная академия дизайна и рекламы"

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Паспорт оценочных материалов	4
2. Система контроля и оценки освоения программы профессионального модуля	12
3. Типовые задания для оценки освоения профессионального модуля (текущий контроль)	17
4. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по профессиональному модулю	55

1. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

1.1. Область применения

Оценочные материалы предназначены для проверки результатов освоения профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий 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

Оценочные материалы разработаны на основании основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 42.02.01 Реклама и рабочей программы профессионального модуля ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Оценочные материалы позволяет оценивать:

Код компетенции	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

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, проследить 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 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ)

Проверяемые образовательные результаты (умения)	Примерные практические задания для контроля в соответствии с уровнем освоения
определять технологии и инструменты организации специальных мероприятий, рекламных и коммуникационных кампаний на основе мониторинга реализованных мероприятий и кампаний	Найдите в открытом доступе информацию по одному из кейсов реализации специальных событий и мероприятий мирового, национального, регионального уровня; подготовьте устное сообщение с элементами визуализации о выбранном кейсе Найдите в открытом доступе информацию по одному из

	кейсов реализации рекламных или коммуникационных мирового, национального, регионального уровня; подготовьте устное сообщение с элементами визуализации о выбранном кейсе
определять вид и формат специальных мероприятий	В предложенных преподавателях примерах реализованных специальных мероприятий (студентам предоставляются ссылки на информацию, размещенную на интернет-ресурсах) определите вид и формат мероприятия по критериям содержания, аудитории, коммуникационных задач. Аргументируйте свой ответ Посетите специальное мероприятие, определите его вид и формат, предоставьте отчет с подтверждением формата в виде эссе, новости, репортажа, фото- или видеосюжета
принимать участие в процессе организации, проведения и/или информационного сопровождения специального мероприятия	Определите и зафиксируйте свои задачи в командном процессе организации, проведения и/или информационного сопровождения специального мероприятия, представьте результаты решения поставленных задач
принимать участие в планировании и разработке рекламной или коммуникационной кампании на каждом этапе	Проведите SWOT-анализ организации-инициатора мероприятия или кампании. Проведите конкурентный анализ в выбранной нише (региональный уровень). Разработайте опросник для выявления потребностей и проблем целевых аудиторий на этапе планирования мероприятия или кампании
оценивать эффективность специального мероприятия, рекламной или коммуникационной кампании по количественным и качественным параметрам	Примените к разработанному мероприятию критерии и параметры оценки количественных показателей эффективности: выберите три наиболее важные для конкретного мероприятия показателя, внесите информацию о достигнутых результатах
предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Подготовьте презентацию с текстовым и визуализированным содержательным отчетом о проведенном мероприятии, разработанной рекламной или коммуникационной кампании (и реализованной - при возможности реализации), презентуйте результаты в формате питча

4. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

Промежуточная аттестация знаний по ПМ.02 осуществляется путём в форме экзамена .
Условием допуска является положительная текущая аттестация по всем видам и формам текущего контроля.

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения
соотношение понятий информационный повод, событие, мероприятие, рекламная кампания, коммуникационная кампания	<p>Понятие специального события, специального мероприятия. Есть ли различия между событиями и мероприятиями, в чем они состоят?</p> <p>Отрасль event-маркетинга: основные характеристики и организационные формы.</p> <p>Примеры успешных кейсов реализации специальных событий и мероприятий мирового, национального, регионального уровня.</p> <p>Обзор регионального рынка event-индустрии Кировской области.</p>
специфика рекламных, PR-, коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<p>Кампания как процесс, длящийся во времени и как комплекс действий: основные специфические черты.</p> <p>Понятие и характеристики рекламной кампании.</p> <p>Понятие и характеристики PR-кампании.</p> <p>Понятие и характеристики коммуникационной кампании.</p> <p>Сходства и различия видов кампаний: рекламная, PR-, коммуникационная.</p> <p>Понятие рекламной и коммуникационной программы.</p> <p>Стратегическое и тактическое планирование в рекламной деятельности.</p> <p>Примеры реализованных рекламных и коммуникационных кампаний мирового, национального, регионального уровня.</p> <p>Основные этапы разработки рекламных и коммуникационных кампаний и программ.</p>
характеристики и классификации специальных событий	<p>Основания для классификации специальных мероприятий.</p> <p>Классификации специальных мероприятий по</p>

	<p>содержанию, по аудитории.</p> <p>Характеристики и особенности организации мероприятий разных форматов: деловые, обучающие, торжественные, развлекательные мероприятия, промо-события и т.д.</p> <p>Характеристики и особенности организации мероприятий для разной аудитории: СМИ, сотрудников, руководителей, широкой аудитории.</p> <p>Форматы мероприятий: конференции, форумы, презентации, концерты, церемонии, пресс-конференции и т.д.</p> <p>Особенности организации дистанционных мероприятий.</p>
этапы и направления организации специального мероприятия	<p>Характеристика этапов организации и проведения специальных мероприятий.</p> <p>Разработка и согласование технического задания.</p> <p>Определение формата и тематики мероприятия, выбор и оформление локации и времени.</p> <p>Разработка сценария и режиссуры мероприятия</p> <p>Работа с подрядчиками: ивент-агентство, сценаристы, актеры, технические специалисты, арендодатели, организаторы деловой или образовательной программы, организаторы кейтеринга и т.д.</p> <p>Технологии проведения мероприятий, чек-лист для организаторов мероприятий.</p> <p>Характеристики и наполнение организационного направления работы.</p> <p>Техническое обеспечение мероприятий: компьютерное оборудование, оргтехника, свет, звук, экран или монитор, обеспечение трансляции, вебинара и т.д.</p> <p>Общая характеристика информационного направления в разработке мероприятий.</p>
этапы планирования и организации рекламной, коммуникационной кампании	<p>Основные задачи аналитического этапа рекламной и коммуникационной кампании.</p> <p>Работа с первичными и вторичными документами.</p> <p>Методы и виды прикладных исследований в рекламе.</p> <p>Разработка и проведение прикладных исследований: социологические исследования, SWOT-анализ, обработка и использование результатов</p> <p>Параметры конкурентного анализа</p> <p>Анализ реализованных кейсов как метод прикладных исследований.</p> <p>Обработка результатов исследований, презентация заказчику или руководителю.</p> <p>Принятие решения о запуске рекламной кампании как итог аналитического этапа.</p>
методы, инструменты, каналы коммуникаций с аудиториями	<p>Медиарилейшнз - работа со средствами массовой коммуникации</p> <p>Информационное сопровождение как направление работы по организации мероприятия.</p> <p>Специальное мероприятие как информационный повод</p> <p>Методы анонсирования мероприятия: рассылка пресс-релизов, приглашение, разработка и распространение информационных материалов.</p> <p>Понятие аккредитации журналистов и условия ее</p>

	<p>проведения.</p> <p>Обеспечение доступа СМИ к ключевым участникам мероприятия: проведение информационных мероприятий (пресс-конференций, медиа-подходов, организация интервью и т.д.).</p> <p>Мониторинг публикаций и сюжетов о мероприятии.</p> <p>Позиция «сам себе медиа». Самостоятельное информационное сопровождение специальных мероприятий.</p> <p>Создание медиаконтента (видео, тексты, аудио, фото, дизайн-продукты).</p> <p>Продвижение мероприятий в социальных сетях, в интернете, офлайн-методами.</p>
<p>количественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной или коммуникационной кампании</p>	<p>Задачи оценки эффективности мероприятий, кампаний.</p> <p>Методы оценки эффективности мероприятий, кампаний (коммуникативной, экономической).</p> <p>Количественные показатели эффективности мероприятия: число участников, спикеров, приглашенных референтных лиц.</p> <p>Медийный эффект мероприятия, кампании: количество инициированных публикаций и сюжетов (платных, бесплатных), количество незапланированных публикаций и сюжетов, оценка их каналов и инициаторов (соцсети, средства массовой коммуникации; спикеры и участники мероприятия и т.д.). Количество реакций аудитории (лайки репосты, комментарии), в т.ч. в сравнении с другими организованными мероприятиями.</p> <p>Мониторинг и контент-анализ публикаций о мероприятии, кампании.</p>
<p>качественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной или коммуникационной кампании</p>	<p>Оценка качества технического обеспечения мероприятия, бесперебойности работы оборудования и технических специалистов.</p> <p>Оценка достижения плана доходности мероприятия в случае его коммерческой составляющей, в т.ч. соотношение затрат и полученной прибыли.</p> <p>Качественные показатели эффективности мероприятия.</p> <p>Оценка имиджевого или социального эффекта мероприятия – в зависимости от поставленных задач.</p> <p>Качественные показатели: узнаваемость, заинтересованность, вовлеченность аудитории.</p> <p>Оценка достижимости ожидаемых результатов кампании, зафиксированных в цели кампании.</p>