

*Приложение 2
к основной образовательной программе профессионального
обучения по должности служащих «Агент рекламный»
в рамках проекта «Профессиональное обучение без границ»*

Комплекта оценочных средств для проведения итоговой аттестации в форме
квалификационного экзамена по основной программе профессионального
обучения по профессии рабочего/должности служащего

**Комплект оценочных средств
для проведения итоговой аттестации в форме квалификационного
экзамена по основной программе профессионального обучения по
должности служащего
Агент рекламный
в рамках проекта «Профессиональное обучение без границ»**

Москва, 2024

1. Назначение квалификационного экзамена

Квалификационный экзамен (КЭ) предназначен для контроля и оценки результатов освоения основной программы профессионального обучения по должности служащего «Агент рекламный».

Квалификационный экзамен проводится в форме практической квалификационной работы.

По результатам профессионального обучения и после успешного прохождения процедуры квалификационного экзамена обучающимся по основной программе профессионального обучения выдается документ о квалификации (свидетельство о профессии рабочего, должности служащего), который подтверждает получение квалификации по профессии рабочего, должности служащего и присвоение (при наличии) квалификационного разряда (подтверждается свидетельством о профессии рабочего, должности служащего).

2. Вид(ы) деятельности, вынесенный(е) на квалификационный экзамен

№ п/п	Наименование вида деятельности	Умения, знания, навыки, проверяемые в ходе КЭ
1.	Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов	<i>Умения:</i> -осуществлять классификацию/сегментирование и поиск заказчиков; - организовывать работу по получению и оформлению заказа; - презентовать готовый рекламный продукт заказчику; - создавать творческий бриф. <i>Знания:</i> - виды рекламной деятельности; - виды рекламных средств и средств распространения рекламы; - требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; - основные элементы презентации творческой идеи; - структуру творческого брифа. <i>Навыки:</i> - проводить сегментацию рынка товаров и услуг; - определять целевую аудиторию, выбрать одну или несколько групп потенциальных покупателей; - использовать нормативные документы для организации работы по оформлению заказа;

		- определять характер и объем работ, которые необходимо выполнить при оформлении заказа; - составлять бриф по запросу заказчика.
2.	Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет	<i>Умения:</i> - создавать и оформлять документы в текстовых редакторах; - осуществлять коммуникацию с использованием возможностей сети Интернет; - уметь сохранять и размещать презентации в Интернет; - составлять текстовую рекламу; - создавать презентации, используя приложение PowerPoint; - исполнять статические и динамические графические изображения элементов рекламного обращения; - создавать анимированные рисованные объекты и видеовставки <i>Знания:</i> - правила оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; - правила публикации в сети Интернет; - инструмент представления рекламных продуктов PowerPoint. <i>Навыки:</i> - оформлять договора и соглашения; - работать с электронной почтой и облачными хранилищами; - разрабатывать рекламные тексты с учетом различных видов рекламы; - создавать и анимировать рисованные объекты в программе PowerPoint.

3. Специфика заданий квалификационного экзамена (практической квалификационной работы)

Для проведения квалификационного экзамена используется задание на демонстрацию знаний, умений и навыков в реальных или моделируемых условиях.

Общее описание и постановка задачи.

№ п/п	Название задания	Время выполнения задания	Проверяемые компетенции
1.	Выполнение теоретического	15	- осуществление деятельности

	задания «Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов», «Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет»		по поиску и привлечению клиентов; - ведение переговоров с заказчиками на основе нормативно-правовой базы; - осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; - владение простыми приемами создания и обработки изображений - использование современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы.
2.	Составление брифа, согласно поставленным целям заказчика. Подготовка документа в текстовом редакторе, в соответствии с требованиями	30	- осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов; - ведение переговоров с заказчиками на основе нормативно-правовой базы; - осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; - оформление договорной и финансовой документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг; - использование компьютерных технологий для обработки текстовой информации.
3.	Оформление договора на основании типового	30	- оформление договорной и финансовой документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг; - использование компьютерных технологий для обработки текстовой информации.

4.	Работа с презентацией	60	- владение простыми приемами создания и обработки изображений - использование современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы.
----	-----------------------	----	---

Задания квалификационного экзамена

Описание видов работ:

Задание 1: Выполнение теоретического задания «Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов», «Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет»

Порядок выполнения работ:

1. Выполнение теоретического задания, состоящего из 10 вопросов

Задание 2: Составление брифа, согласно поставленным целям заказчика. Подготовка документа в текстовом редакторе, в соответствии с требованиями.

Порядок выполнения работ:

1. Создать бриф в табличной форме, согласно цели, поставленной заказчиком.
2. Определить целевую аудиторию товаров/услуг заказчика.
3. Определить средства рекламы и формат рекламного обращения.
4. Сформулировать ограничения, в соответствии с ФЗ «О рекламе».
5. Оформить документ в текстовом редакторе, в соответствии с правилами оформления документации.

Задание 3: Оформление договора на основании типового

1. Дополнить типовой договор необходимыми пунктами, для реализации данного проекта.
2. Подготовить к печати в формате pdf.
3. Подготовить договор для отправки на e-mail.

Задание 4: Работа с презентацией

Порядок выполнения работ:

1. Создать презентацию для коммуникации с заказчиком.
2. Отразить в презентации целевую аудиторию.
3. Обосновать выбор средств рекламы и формата рекламного обращения.
4. Визуализировать данные с помощью диаграмм.
5. Сопроводить слайды анимацией и инфографикой.
6. Разработать лаконичный дизайн презентации, в соответствии с ее тематикой.

Условия выполнения заданий

При проведении КЭ запрещается:

- проносить средства электронной связи на КЭ;
- разговаривать во время проведения КЭ;
- пользоваться мобильными средствами связи;
- переходить на сайты, не связанные с заданием КЭ

Обучающийся обязан:

- соблюдать требования охраны труда;
- выполнять задание строго в соответствии с технологической картой для выполнения задания;
- выполнять задания в указанных форматах и таблицах;
- соблюдать правила безопасности при работе в сети интернет;
- проверять текст на наличие лишних непечатаемых символов.

Время на выполнение заданий квалификационного экзамена составляет 3 академических часа (135 минут). За 30, 15 минут до окончания КЭ, сдающему должно быть сообщено об оставшемся времени. После истечения времени экзамена сдающий должен прекратить выполнение заданий и покинуть место проведения экзамена.

Место выполнения задания: задание выполняется очно, непосредственно в кабинете, оснащенном компьютерным оборудованием.

В случае медицинских показаний состояния экзаменуемого или технических неисправностей оборудования возможны перерывы с остановкой таймера.

4. Оценка результатов квалификационного экзамена

Оценочная ведомость

№ п\п	Название задания	Критерий	Баллы (max)
----------	------------------	----------	----------------

1.	Выполнение теоретического задания «Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов», «Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет»	На вопросы от 81-100% даны верные ответы	5	5
		На вопросы от 40-79% даны верные ответы	3	
		Задание выполнено от 20-39%	1	
		Задание выполнено менее 20%	0	
2.	Составление брифа, согласно поставленным целям заказчика. Подготовка документа в текстовом редакторе, в соответствии с требованиями.	Бриф в табличном формате	2	21
		Соответствие брифа поставленной цели	4	
		Качество анализа целевой аудитории	3	
		Оптимальность выбора средств рекламы	3	
		Соответствие брифа нормативно-правовым требованиям	5	
		Отсутствие наличия грамматических и пунктуационных ошибок	1	
		Отсутствие ошибок в форматировании документа	3	
3.	Оформление договора на основании типового	Правильно заполнены все поля договора	3	6
		Документ подготовлен к печати и отправке заказчику	3	
4.	Работа с презентацией	Соответствие содержания презентации заданной тематике.	3	15
		Дизайн соответствует тематике	3	
		Презентация выполнена в соответствии с правилами создания презентаций	3	
		Наличие в презентации мультимедиа и анимации	3	
		Наличие в презентации диаграмм и инфографики	3	
Максимальное количество баллов				47

Оценка выполнения этапов квалификационного экзамена определяется: суммированием баллов за выполнение задания.

Положительное решение о сдаче экзаменуемым КЭ принимается при достижении всех нижеперечисленных условий:

- получение не менее 3 баллов из 5 возможных при прохождении теоретического этапа экзамена;
- получение не менее 37 баллов из 42 возможных при прохождении практической части экзамена.

5. Требования к материально-техническому обеспечению выполнения заданий квалификационного экзамена:

Помещения, в которых будет проводиться квалификационный экзамен должно соответствовать нормам СП 2.4.3648-20, утвержденными Постановлением Главного государственного санитарного врача

РФ от 28 сентября 2020 г. № 28 и СанПиН 1.2.3685-21, утвержденными Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 28 января 2021 г. № 2.

Помещение, в котором будет проводиться квалификационный экзамен, должно содержать персональное рабочее место члена экспертной группы (по числу членов).

При проведении квалификационного экзамена экзаменуемому должно быть предоставлено одно отдельное рабочее место.

6. Требования к кадровому обеспечению

Для оценки результатов выполнения заданий квалификационного экзамена приглашаются эксперты. Эксперты квалификационного экзамена входят в состав экспертной группы, из числа которой выбирается председатель.

Расчет количества экспертов производится из количества рабочих мест и участников.

Состав экспертной группы при проведении квалификационного экзамена – не менее 4 человек (включая председателя).

При формировании состава экспертной группы учитывается одно из условий: наличие у эксперта профильного профессионального образования, опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере, опыт преподавания по соответствующей профессии рабочего/должности служащего.

7. Требования безопасности

Непосредственно перед экзаменом все участники должны пройти инструктаж по технике безопасности и противопожарной безопасности при нахождении в помещении, после чего подписать соответствующий документ об ознакомлении с ними.

Содержание инструкций разрабатывается и утверждается организатором в соответствии с действующими на территории Российской Федерации нормативными актами.

8. Перечень документов, использованных при подготовке комплекта оценочных средств

1. «Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 N 37) (ред. от 27.03.2018), раздел I «Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях», параграф 3 Должности служащих»;

2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (действующая редакция, 2019) - Доступ: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5896
3. Сайт Ассоциация коммуникационных агентств России, https://www.akarussia.ru/knowledge/industrial_standarts

9. Перечень оборудования

№ п/п	Наименование	Технические характеристики
1.	Автоматизированные рабочие места по количеству обучающихся	Процессор: intel i7/AMD R7 Оперативная: память не менее 16 Гб Диск: SSD не менее 512 ГБ Диагональ экрана: не менее 27 дюймов Клавиатура + мышь
2.	Автоматизированные рабочие место преподавателя	Процессор: intel i7/AMD R7 Оперативная: память не менее 16 Гб Диск: SSD не менее 512 ГБ Диагональ экрана: не менее 27 дюймов Клавиатура + мышь
3.	Интерактивная панель	От 75" с OPS ПК

ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ

Задания квалификационного экзамена

по должности служащего Агент рекламный.

Описание работы при выполнении заданий квалификационного экзамена.

В предлагаемом Вам задании необходимо выполнить следующие задачи:

1. Выполнить задания теоретической части.
2. Создать бриф, согласно поставленной заказчиком цели в табличной форме.
3. Определить целевую аудиторию товаров/услуг заказчика.
4. Определить средства рекламы и формат рекламного обращения.
5. Сформулировать ограничения, в соответствии с ФЗ «О рекламе».
4. Получить или скачать типовый договор об оказании услуги на специализированном сайте.
5. Дополнить типовый договор необходимыми пунктами, для реализации данного проекта.
6. Подготовить договор к печати в формате pdf и отправке заказчику на e-mail.
7. Создать презентацию для коммуникации с заказчиком.
8. Отрастить в презентации целевую аудиторию.
9. Обосновать выбор средств рекламы и формата рекламного обращения.
10. Визуализировать данные с помощью диаграмм.
11. Сопроводить слайды анимацией и инфографикой.
12. Разработать лаконичный дизайн презентации, в соответствии с ее тематикой.

Задание 1. Теоретический этап.

Выполнение теоретического задания, состоящего из 20 вопросов

Условия выполнения задания 1

Перечень вопросов теоретического задания:

1. Что относится к видам основных рекламных средств:
 - а) телереклама;
 - б) наружная реклама;
 - в) радиореклама;
 - г) все варианты верны.
2. Основным объектом рекламного воздействия являются:
 - а) потребители;
 - б) рекламодатели;
 - в) рекламораспространители;

- г) производители.
3. Заказчиком рекламы является:
- а) **рекламодатель;**
 - б) рекламное агентство;
 - в) журнал;
 - г) типография;
 - д) потребитель.
4. Кто придумывает вопросы для брифа?
- а) **исполнитель;**
 - б) заказчик;
 - в) исполнитель и заказчик;
 - г) набор вопросов стандартный.
5. Каким этапом должны начинаться первичные переговоры с клиентом? а)
- а) заключение договора;
 - б) выставление счета;
 - в) отправка сметы;
 - г) **брифинг.**
6. Какой пункт обязательно будет в договоре на осуществление рекламной деятельности?
- а) штраф за некачественную реализацию проекта;
 - б) количество выходов рекламных роликов у блогеров;
 - в) дата окончания договора;
 - г) **права и обязанности сторон.**
7. Каковы цели ФЗ-38 «О рекламе»
- а) создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы;
 - б) защита потребителей от ненадлежащей рекламы;
 - в) продвижение товаров отечественного производства;
 - г) развитие рынков товаров, работ и услуг;
 - д) **все ответы верны.**
8. Гармоничные сочетания для дизайна из 2, 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются:
- а) под углом 90 градусов;
 - б) **по равнобедренному треугольнику;**
 - в) по прямой;
 - г) под острым углом.
9. Какой шрифт используется для оформления официальной документации?
- а) arial;
 - б) calibri;
 - в) **times new roman;**
 - г) impact.
10. Титульные шрифты:
- а) применяются для заголовка статей и рубрик;
 - б) применяются для набора титулов, обложек, рубрик, газетных заголовков;

- в) применяются для названия газет и журналов;
г) **применяются для оформления титульного листа работы.**
11. На какие группы делят все рекламные агентства:
а) **полного цикла и специализированные;**
б) крупные и мелкие;
в) оптовые и розничные;
г) прямые и непрямые.
12. Сколько сотрудников в своем штате содержит мини-рекламное агентство:
а) 2-3 сотрудника;
б) **до 5 сотрудников;**
в) до 10 сотрудников;
г) более 10 сотрудников.
13. Изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо – это:
а) **рекламодатель;**
б) рекламопроизводитель;
в) рекламораспространитель;
г) потребитель рекламы.
14. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму – это:
а) рекламодатель;
б) **рекламопроизводитель;**
в) рекламораспространитель;
г) потребитель рекламы.
15. Устройства вывода данных из ЭВМ, преобразующие информационные ASCII-коды в соответствующие им графические символы (буквы, цифры, знаки и т.п.) и фиксирующие эти символы на бумаге – это:
а) сканер;
б) **принтер;**
в) графический планшет;
г) проектор.
16. Рекламное агентство — это:
а) группа специалистов, занимающихся снабжением рекламного текста фотографиями, рисунками, символическими элементами, схемами, диаграммами и другими иллюстрациями;
б) союз творческих деятелей, специализирующихся на создании гениальной рекламной идеи;
в) **профессиональная организация, специализирующаяся на проведении рекламных исследований, разработке планов рекламной деятельности и проведении отдельных кампаний, разработке и подготовке рекламных материалов;**
г) некоммерческая организация, состоящая из отделов продаж.
17. Запросом называют:

- а) **ключевое слово или фраза, которую вводит пользователь в строку поиска;**
 - б) информационная база, содержащая результат анализа веб-страниц, составленная по определенным правилам;
 - в) действие, направленное на приспособление чего-либо к условиям данной ситуации;
 - г) интерфейс поискового инструмента представлен в виде страницы с гиперссылками.
18. Коммуникация между сторонами для достижения своих целей, при которой каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения – это:
- а) беседа;
 - б) **переговоры;**
 - в) брифинг;
 - г) совещание.
19. Покупатель, который сам инициирует контакт с продавцом и готов к дальнейшему диалогу:
- а) холодный клиент;
 - б) теплый клиент;
 - в) **горячий клиент;**
 - г) постоянный клиент.
20. Установите соответствие между специалистами рекламного агентства и основными функциями, которые они выполняют. К каждой позиции подберите соответствующий вариант ответа:

1. Копирайтер	А) закупает рекламное пространство в средствах распространения рекламы
2. Медиабайер	Б) организует и координирует взаимоотношения рекламодателей и рекламных посредников
3. Маркетолог	В) выполняет функцию написания рекламного текста
4. Агент рекламный	Г) проводит исследования рынка

Ответ: 1-а; 2-а; 3-г; 4-б

Задание 2. Разработать творческий бриф по запросу заказчика, с учетом нормативно-правовой базы. Подготовка документа в текстовом редакторе, в соответствии с требованиями.

Условия выполнения задания 1: бриф должен быть составлен в табличном виде (рисунок 1).

При создании брифа необходимо: сформулировать цель проекта, обозначить сроки реализации проекта, бюджет, выделенный на реализацию проекта, наличие описания целевой аудитории, в соответствии с заданием, учесть ограничения в соответствии с законом «О рекламе».

Рисунок 1.

БРИФ

Вводная информация	
Дата заполнения	
Официальное название предприятия (полное, краткое, на русском, на латинском/ином языке)	
Контактные данные: Телефон/факс Сайт e-mail Контактное лицо	
Сроки	
Основная информация	
Общие сведения о проекте - Вид рекламы (печатная, наружная, прочее)	
Бюджет проекта на разработку рекламных материалов (дизайн и/или изготовление)	
Что представляет собой продукт, услуга (краткое описание)	
Укажите уникальные свойства продукта	
На какие действия потребителя товар/услуга рассчитана?	
Целевая аудитория Кто покупает продукт? Кто использует/ потребляет продукт?	
Опишите целевую аудиторию своими словами: что это за люди, как они выглядят, чем заняты?	
Общие пожелания по макету: 1. Есть ли текст макета? 2. Технические требования к дизайну и	

изготовлению (вид, формат, технологические параметры, обязательные элементы и т.д., качественные и количественные характеристики) 3. Изобразительные средства (текст, фотографии, рисунки) 4. Цветовое решение (яркие цвета или сдержанные, монохромность) 5. Количество используемых цветов 6. Наличие дополнительного текста / слогана. Представленный Заказчиком текст утвержден в общем или полностью 7. Используется ли в рекламном сообщении какой-либо постоянный элемент(ы) / персонаж(и) 8. Основное рекламное сообщение/ какую мысль мы хотим донести до потребителя, и какие ответные чувства мы хотим вызвать у потребителя / предложение, которое хочет сделать Клиент / информация, которую хочет донести Клиент	
---	--

Требования по оформлению: шрифт Times New Roman, 14 кегль, книжная ориентация; поля: справа — 1,5 см, слева — 3 см, сверху и снизу — 2 см, красная

строка — 1 см. Выравнивание по ширине; междустрочный интервал — 1,5 см; абзацы: отступ слева 1,25 см; выравнивание основного текста по ширине, заголовки по центру.

Созданный бриф должен быть сохранен в формате pdf.

Задание 3. Оформление договора на основании типового.

Правильно заполнить все поля договора.

Условия выполнения задания 2: Требования по оформлению: шрифт Times New Roman, 14 кегль, книжная ориентация; поля: справа — 1,5 см, слева — 3 см, сверху и снизу — 2 см, красная строка — 1 см. Выравнивание по ширине; междустрочный интервал — 1,5 см; абзацы: отступ слева 1,25 см; выравнивание основного текста по ширине, заголовки по центру.

Созданный договор должен быть сохранена в форматах pdf., docx.

Задание 4. Работа с презентациями.

Создание презентации для коммуникации с заказчиком.

Условия выполнения задания 2: В презентации представлена целевая аудитория и средства рекламы.

Требования по оформлению: количество слайдов 15-20, крупный шрифт не менее 20 pt., хорошая читаемость текста, использование шрифта без засечек, структурированность информации, наличие диаграмм и элементов инфографики. Анимации и элементов мультимедиа.

Сохранить презентацию в формате pptx.