	ГАПОУ СО
	Нижнетагильский торгово-экономический колледж
	Оценочные средства
НМЦ 04-21.1-26	

УТВЕРЖДАЮ
Зам. Директора по УР
_____М.Г.Чанчикова
(подпись)
«30» мая 2026г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

дисциплины «Копирайт и написание рекламных текстов»
по специальности

42.02.01 «Реклама»

НМЦ 04-21.1-26

КЭ

Нижний Тагил 2026

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1. Общие положения

Оценочные средства предназначены для проверки результатов и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу дисциплины «Копирайт и написание рекламных текстов»

(код по учебному плану, наименование дисциплины)

Оценочные средства включают контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме д/зачета.

Оценочные средства позволяют оценивать освоенные общие компетенции, умения и усвоенные знания:

Результаты освоения дисциплины (освоенные общие компетенции, умения, усвоенные знания	**Основные показатели оценки результата**	**Средства проверки (№№ заданий, место, время, условия их выполнения)**
1	**2**	**3**
Умения		
классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы,	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий	
составления авторских рекламных текстов с учетом основных рекламных стратегий,	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий	
владеть стилистическими приемами	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий	
ориентироваться в семиотической природе рекламы,	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий	
моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании.	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий	
Знания		
приемы воздействия на сознание покупателя на уровне как рационально-логического, эмоционального впечатления	Текущий контроль: письменный опрос, устный опрос, тестирование	
методы суггестии, особенности составления слогонов, рекламных текстов,	Текущий контроль: письменный опрос, устный опрос, тестирование	
методик анализа знаковых систем рекламных сообщений	Текущий контроль: письменный опрос, устный опрос, тестирование	
структуры копирайтинга как профессиональной деятельности	Текущий контроль: письменный опрос, устный	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

в рекламе,	опрос, тестирование	
общие компетенции		
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения задач, оценивать их эффективность и качество	- выбор и применение методов и способов решения поставленных задач - оценка эффективности и качества выполнения;	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	решение стандартных и нестандартных задач в области копирайта	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные	
ОК 5. Работать в коллективе и в малой группе, эффективно общаться с коллегами, руководством	- взаимодействие с обучающимися, преподавателем в ходе обучения	
ОК 6. Самостоятельно определять задачи личностного развития, заниматься самообразованием	- подготовка презентаций по темам курса	

Формы промежуточной аттестации по ППССЗ при освоении программы дисциплины:

Наименование дисциплины в соответствии с ППССЗ\ППКРС	**Формы промежуточной аттестации**
«Копирайт и написание рекламных текстов»	Д/зачет

2. Организация контроля и оценки освоения программы дисциплины

Итоговый контроль освоения программы дисциплины «Копирайт и написание рекламных текстов» осуществляется на д/зачете.

Условием допуска к д/зачету является выполнение тестового задания.

В тесте - 60 вопросов. Время теста - 30 минут. Есть вопросы с несколькими вариантами ответов.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1. Отметьте цели рекламного обращения.
А) аттракция; Б) возбуждение интереса; В) запоминание; Г) повторение Д) возбуждение желания
2. Отметьте основные направления, в которых решаются задачи рекламного обращения.
А) информирование; Б) аргументирование; В) напоминание; Г) запоминание; Д) подсказка
3. Какие тропы можно отсети к количественным?
А) гипербола; Б) мейозис; В) парабола; Г) метафора
4. Какие тропы можно отнести к качественным?
А) метонимия; Б) ирония; В) гипербола; Г)парабола
5. Гипербола означает _____.
А) преуменьшение; Б) двусмысленный юмор;
В) переименование объекта при отсутствии реальной связи;
Г) переименование объекта основанное на реальной связи
6. Мейозис означает _____.
А) преувеличение; Б) преуменьшение; В) двусмысленный юмор;
Г) переименование объекта при отсутствии реальной связи;
Д) переименование объекта основанное на реальной связи
7. Ирония означает _____.
А) преувеличение; Б) преуменьшение; В) двусмысленный юмор;
Г) переименование объекта при отсутствии реальной связи;
Д) переименование объекта основанное на реальной связи
8. Метонимия означает _____.
А) преувеличение; Б) преуменьшение; В) двусмысленный юмор
Г) переименование объекта при отсутствии реальной связи;
Д) переименование объекта основанное на реальной связи
9. Метафора означает _____.
А) преувеличение; Б) преуменьшение; В) двусмысленный юмор;
Г) переименование объекта при отсутствии реальной связи;
Д) переименование объекта основанное на реальной связи
10. Фигуры мысли подразделяются на фигуры _____.
А) убеждения; Б) украшения; В) эмоционального воздействия; Г) подтверждения;
Д) психологического воздействия
11. Риторический вопрос - это вопрос, _____.
А) не требующий ответа; Б) требующий ответа; Г) не требующий пояснений;
Д) требующий пояснений
12. Сообщение как фигура убеждения, представляет собой текст, содержащий ___.
А) рассуждение; Б) обсуждение; В) повествование; Г) описание
13. Как можно еще назвать Уступку?
А) позволение; Б) согласие; В) concessio; Г) уговор; Д) убеждение
14. Данная фигура выражает стремление автора сообщить что-то публике.
А) желание; Б) обращение; В) восклицание; Г) умолчание
15. Данная фигура демонстрирует переполняющие автора чувства.
А) желание; Б) обращение; В) восклицание; Г) умолчание
16. Данная фигура создает многозначительные паузы.
А) желание; Б) обращение; В) восклицание; умолчание
17. Этот тип рекламного жанра распространяется промоутером непосредственно в руки покупателю.
А) статья; Б) летучий листок; В) рубричная реклама; Г) открытки
18. Этот тип рекламного жанра выдержан в научно-популярном стиле.
А) статья; Б) летучий листок; В) рубричная реклама; Г) открытки
19. Отметьте слова, наиболее опасные для жанра летучего листка.
А) бисквит; Б) печенье; В) бальзам; Г) бальзам-опаласкиватель; Д) экзотика; Г) шарм
20. Этот тип рекламного жанра называет «могильщиками объявлений».

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

А) статья; Б) летучий листок; В) рубричная реклама; Г) открытки
21. Рекламный лозунг, обращение-призыв к потенциальным клиентам.
А) девиз; Б) слоган; В) мысль; Г) речь
22. Краткое изречение, которое содержит в себе идею деятельности организации.
А) девиз; Б) слоган; В) мысль; Г) призыв
23. Часть рекламного сообщения расшифровывающая слоган.
А) зачин(завязка); Б) слоган; В) информационный блок; Г) эхо-фраза
24. Завершающая часть рекламного текста –это _____.
А) зачин(завязка); Б) слоган; В) информационный блок; Г) эхо-фраза
25. Часть рекламного сообщения, несущая основной текст.
А) зачин(завязка); Б) слоган; В) информационный блок; Г) эхо-фраза
26. Обманная, "дутая" реклама – это _____.
А) пуф-реклама; Б) прейскурант; В) письмо; Г) закличка
27. Для одного проекта нецелесообразно применять более ___.
А) двух шрифтов; Б) одного шрифта; В) трех шрифтов; Г) четырех шрифтов
28. Нецелесообразно применять кегль менее ___.
А) 10 единиц; Б) 8 единиц; В) 9 единиц; Г) 7 единиц
29. Оптимальный размер букв в тексте.
А) от 12 до 14; Б) от 10 до 11; В) от 15 до 18; Г) от 20 до 24
30 Украшение, в результате которого буква, сохраняя свои важнейшие признаки, отдаленно напоминает другой символ.
А) стилизация; Б) графический элемент; В) картинка-заставка
31. Украшение, которое образует с символом буквы единое целое и тем самым не просто усложняют ее начертание, но и создают рисунок-иероглиф.
А) стилизация; Б) графический элемент; В) картинка-заставка
32. Украшение, которое размещается позади буквы или рядом с ней, но не меняет способов ее написания.
А) стилизация; Б) графический элемент; В) картинка-заставка
33. Отметьте спецэффекты для букв.
А) отражение; Б) тень; В) блик; Г) преломление; Д) блеск; Е) телевизор; Ж) окно; З) рамка; И) окантовка
34. Рекламный заголовок могут называть _____.
А) берет; Б) шапка; В) бейсболка; Г) капор
35. В среднем заголовок читают в _____ раз больше людей, чем читающих текст.
А)3; Б) 5; В) 7
36. За сколько секунд информация, размещенная в заголовке, должна привлечь внимание человека и заставить его пробежать глазами по остальному тексту.
А) 6; Б) 5; В) 4
37. Укажите длину стоящего заголовка и его возможный предел. (несколько вариантов ответа)
А) 7-8 слов; Б) 9-11 слов; В) 4-5 слов; Г) 10-15 слов
38. Максимальная ширина главного текстового модуля на листовке, буклете -_____.
А) не менее 10 см; Б) не более 10 см; В) не более 8 см; Г) не более 12 см
39. Для документальных фотоснимков подрисуночная подпись должна помещаться _____.
А) внизу сбоку; Б) вверху сбоку; В) сверху вниз сбоку
40. Для изящных, поэтических композиций подрисуночную подпись размещают _____.
А) внизу сбоку; Б) вверху сбоку; В) сверху вниз сбоку
41. Жесткая связь подписи с рисунком может быть _____. (несколько вариантов ответов)
А) смысловой; Б) художественной; В) игровой; Г) символической
42. Ключевой принцип минимизации текста называется _____.
А) магическая восьмерка; Б) магическая семерка; В) магическая тройка;
Г) магический квадрат

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

43. Когда слова размещены под логотипом в виде пирамидки основанием вверх – это _____.
А) официоз; Б) оригинальность; В) динамика; Г) торжественность
44. Если текст отдаленно напоминает по конфигурации песочные часы, то такая комбинация называется _____.
А) официоз; Б) оригинальность; В) динамика; Г) торжественность
45. Кто сделал открытие, что телереклама должна быть по большей части юмористической?
А) копирайтеры; Б) шоумены и звезды; В) юмористы
46. Сколько мест нужно подобрать в крупном городе для размещения конструкции наружной рекламы?
А) не менее 1000; Б) не более 1000; В) не менее 500; Г) не более 500
47. Какая целевая аудитория готова долго изучать заинтересовавшее их объявление?
А) молодые люди; Б) люди среднего возраста; В) пожилые люди
48. Ай-стопперы – это _____.
А) «визуальные скандалы»; Б) «визуальные разборки»; В) визуальные ссоры»;
Г) визуальные примирения»
49. Жирные буквы вне зависимости от цвета можно применять для рекламы _____.
А) пищевых продуктов; Б) украшений; В) одежды; Г) автомобилей
50. Современный человек обращает внимание на рекламу также, как на _____.
А) тиканье часов в комнате; Б) рев мотора в гараже; В) скрежет вилкой по стеклу;
Г) колокольный звон
51.Текстовые спецэффекты, которыми желательно открывать раздел на сайте.
А) бегущая строка; Б) «болтающийся» текст; В) вспыхивающий текст
Г) угасающий текст; Д) плывущая строка
52. Карта сайта необходима исключительно для _____.
А) развлекательного сайта; Б) торгового сайта; В) интернет –магазина; Г) сайта услуг
53. Выберите сильные ассоциации к слову ХЛЕБ.
А) черный; Б) свежий; В) пшеница; Г) зерно; Д) мука; Е) батон;
Ж) голод; З) румяный
54. Выберите средние ассоциации к слову ХЛЕБ.
А) черный; Б) свежий; В) пшеница; Г) зерно; Д) мука; Е) батон; Ж) голод; З) румяный
55. Выберите слабые ассоциации к слову ХЛЕБ.
А) черный; Б) свежий; В) пшеница; Г) зерно; Д) мука; Е) батон; Ж) голод; З) румяный
56. Укажите полезные ассоциации к слову ХЛЕБ для компании "АгроЗерно"
А) агроном; Б) свежий; В) пшеница; Г) зерно; Д) мука; Е) купить;
Ж) голод; З) румяный; И) черный; К) насущный
57. Самый мощный инструмент формирования благоприятного образа компании в сознании клиентов – это ____.
А) жалобная книга; Б) книга советов; В) каталог; Г) блокнот желаний
58. Выберите сильные ассоциации к слову "СЛОВО".
А) дело; Б) речь; В) книга; Г) мысль; Д) доброе; Е) золото; Ж) Божье; З) вольное
59. Выберите средние ассоциации к слову «СЛОВО».
А) дело; Б) речь; В) книга; Г) мысль; Д) доброе; Е) золото; Ж) Божье; З) вольное
Выберите слабые ассоциации к слову "СЛОВО".
А) дело Б) речь; В) книга; Г) мысль; Д) доброе; Е) золото; Ж) Божье; З) вольное

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Д/зачет проводится в устной форме по заданиям, которые представлены в приложении к оценочным средствам.

3. Задания для д/зачета

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 1

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»
(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»
(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Понятие копирайта, копирайтинга, авторского права. Рерайтинг.
2. Нейминг как процедура копирайтинга. Определение понятия. Алгоритм создания нейминга.

Критерии оценок

Наименование объектов контроля и оценки	Основные показатели оценки выполнения задания	Оценка в баллах
Назвать определение услуги/процесса		
Описать услугу/ процесс		
Составить классификацию		
Сформулировать преимущества и недостатки услуги/ процесса		

По каждому показателю оценки результата выставляется _____ баллов (соответствие эталону) или 0 баллов (несоответствие эталону). Максимальная сумма баллов составляет ____ и соответствует оценке "отлично"; ___ баллов - "хорошо"; ___ баллов - "удовлетворительно"; ____- "неудовлетворительно".

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 2

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»
(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»
(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Понятие и лгоритм создания нейминга. Категории неймов в зависимости от словообразовательной модели.
2. Понятие «рекламный текст». Основные вербальные составляющие рекламного текста. Общая характеристика частей. Проблема поэтапного выбора.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 3

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»

(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Рекламный заголовок: характеристика (длина, морфологические и синтаксические характеристики), основные функции (привлечения внимания, идентификации товара, адресация к целевой аудитории), требования к написанию.
2. Учет квалификации человеческих потребностей (по Маслоу) при составлении рекламного текста.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 4

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»

(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Классификация заголовков по характеру коммуникативной техники (заголовок – номинация, заголовок – вопрос, заголовок – приказ, заголовок – утверждение, заголовок – суперутверждение, заголовок – демонстрация, заголовок – загадка, заголовок – парадокс, заголовок - продолжение истории, заголовок – свидетельские показания)
2. Слоган: определение, функциональность. Требования к слогану (краткость, запоминаемость, переводимость на другие языки).

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 5

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»

(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Реквизиты: функции, пространственное расположение. Представление информации в реквизитах.
2. Понятие «рекламный текст». Основные вербальные составляющие рекламного текста. Общая характеристика частей. Проблема поэтапного выбора.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 6

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»

(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Текст задания

1. Слоган: определение, требования к слогану. Классификация слоганов. Виды слоганов.
2. Морфология рекламного текста. Плюсы и минусы использования личных местоимений.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 7

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»
(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»
(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Стилистика рекламного текста. Классификация форм и жанров рекламных текстов.
2. Эхо – фраза как часть рекламного текста: назначение, основные элементы, пути составления.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 8

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»
(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»
(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Основные этапы создания рекламного текста.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2. Фонетика и лексика рекламного текста.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 9

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»
(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»
(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Стилистические приемы в копирайтинге: общая характеристика. Тропы и фигуры речи.
2. Понятие «рекламный текст». Основные вербальные составляющие рекламного текста. Общая характеристика частей. Проблема поэтапного выбора.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 10

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»

(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Рекламный заголовок: характеристика (длина, морфологические и синтаксические характеристики), основные функции (привлечения внимания, идентификации товара, адресация к целевой аудитории), требования к написанию.
2. Учет квалификации человеческих потребностей (по Маслоу) при составлении рекламного текста.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 11

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»
(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»
(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Классификация заголовков по характеру коммуникативной техники (заголовок – номинация, заголовок – вопрос, заголовок – приказ, заголовок – утверждение, заголовок – суперутверждение, заголовок – демонстрация, заголовок – загадка, заголовок – парадокс, заголовок - продолжение истории, заголовок – свидетельские показания)
2. Морфология рекламного текста. Плюсы и минусы использования личных местоимений.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

КОЛЛЕДЖ» _____ А.Н.Чанчикова
04-46-21 «___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 12

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»

(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Читаемость рекламного текста.
2. Понятие «рекламный текст». Основные вербальные составляющие рекламного текста. Общая характеристика частей. Проблема поэтапного выбора.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ЗАДАНИЕ № 13

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»

(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Типы слоганов со структурной точки зрения: связанные, привязанные, свободные.
2. Морфология рекламного текста. Плюсы и минусы использования личных местоимений.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ГАПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
04-46-21

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по УР
_____ А.Н.Чанчикова
«___» _____ 20___г.

ЗАДАНИЕ № 14

по дисциплине «Копирайт и написание рекламных текстов»
(код по учебному плану, наименование дисциплины)

для специальности: 42.02.01 «Реклама»
(код и наименование специальности)

Инструкция

Время выполнения:
подготовка __ мин.;
выполнение практического задания ___ часа ___ мин.
защита практического задания ___ мин.;
всего_____ часа ___ мин.

Текст задания
1. Стилистика рекламного текста. Классификация форм и жанров рекламных текстов.
2. Типы слоганов с точки зрения содержания: буквальные, конкретные, абстрактные.

Критерии оценки задания

Преподаватель
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20___ г.

Председатель предметной комиссии
_____(инициалы, фамилия)

«___» _____ 20____г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. Критерии оценок

Для объективного оценивания и выведения предварительной итоговой оценки по дисциплине _____ применяется накопительная бальная система, которая переводится пятибалльную шкалу.

Элемент оценивания	Максимальное количество баллов	«5»	«4»	«3»
Знания 1 - 13	80	80	64	48
Умения 1 - 13	80	80	64	48
Общие компетенции 1 - 7	35	35	28	21
Итого по дисциплине	195	195	156	117

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

Группа_____

Контроль и оценка результатов обучающихся (Умения/ предметные)

№ п/п	ФИО студента												
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

Группа_____

Контроль и оценка результатов обучающихся (Знания/личностные и метапредметные результаты)

№ п/п	ФИО Студента												Итого баллов
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ПРИЛОЖЕНИЕ В

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

Группа_____

Ведомость оценивания освоения общих компетенций

№п/п	ФИО	Степень проявления общих компетенций									Итог
		ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК6	ОК7	ОК 8	ОК 9	
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Лист подписей

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»
SHA-256 исходного документа: 44813484427a5886ad257aed9522fe034b5a78317af91fbe08e02cae279ae132
Документ: 23 страницы
Проверка подписей: https://sig.nttek.ru/v/lJIeGCYpgXTTPUB53cBPzkXEx7vNzyjrbUV7CajY2KuwWgM8
Печатная форма сформирована: 28.10.2026 14:33

№	Роль в подписи	Подписант	Сертификат	Дата и время подписания	Результат проверки
1	Утверждаю	Дмитриева Марина Георгиевна Заместитель директора по учебной работе	№ 7E9C18960643A37EF2C929CD1E513CCD, действителен с 08.10.2026 по 08.10.2027	28.10.2026 14:30:24	**подпись действительна** роль и должность подтверждены подписью

Печатная форма не подписывается и служит для удобства чтения. Юридическую силу имеют исходный PDF-документ и файлы электронных подписей (.sig). Подпись — усиленная неквалифицированная электронная подпись (ч. 3 ст. 5 Федерального закона № 63-ФЗ), выданная удостоверяющим центром колледжа.
Время указано по часовому поясу колледжа (Asia/Yekaterinburg, UTC+5).