

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.08.2026 11:33:52
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77e4486b9a8788b8522523



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная
деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа 1

стр. 1 из 26

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)**

ОП.04 Рекламная деятельность

**Специальность
42.02.01 Реклама**

**Направленность программы
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий**

**Присваиваемая квалификация
Специалист по рекламе**

**Форма обучения
очная**

Год набора 2026

Челябинск, 2026 г.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 2 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

42.02.01 Реклама

фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, 2026 год набора, очная форма обучения:

Утверждена:

Проректор по учебной работе

подпись

А.А. Саламатов

И.О. Фамилия

Протокол заседания от « 23 » апреля 2026 г. № 5

Председатель Педагогического совета

Колледжа ЧелГУ

подпись

М.В. Найн

И.О. Фамилия

Составитель

С.А. Осипенко

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 09.07.2024г. № 327-1 «Об утверждении шаблонов документов».

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 3 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Оглавление

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	4
2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	4
2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной.....	4
3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	10
3.1 Виды оценочных средств.....	10
3.2 Содержание оценочных средств.....	19
3.3 Ключи и критерии к оцениванию задания.....	26
4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	29

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 4 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Специальность: 42.02.01 Реклама

Дисциплина: ОП.04 Рекламная деятельность

Очная форма обучения

Семестр (семестры) изучения: 3, 4 семестр

Форма промежуточной аттестации: экзамен (4 сем)

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «ОП.04 Рекламная деятельность» направлено на формирование следующих компетенций:

Код компетенции согласно ФГОС (ОПОП СПО)	Содержание компетенций согласно ФГОС (ОПОП СПО)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 5 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Знания: номенклатура информационных ис- точников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результа- тов поиска информации, современные сред- ства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств. Умения: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источ- ники информации; планировать процесс пойс- ка; структурировать получаемую информа- цию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую зна- чимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; ис- пользовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения: определять актуальность нормативно-пра- вовой документации в профессиональной дея- тельности применять современную научную профессио- нальную терминологию определять и выстраивать траектории профес- сионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммер- ческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекатель- ность коммерческих идей в рамках професси- ональной деятельности презентовать бизнес- идею определять источники финансирования

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 6 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения: организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы Знания:

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 7 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности
ПК 3.1	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Практический опыт: - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет. Умения: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. Знания: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Практический опыт: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 8 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
ПК 3.3		Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

Практический опыт:

- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;
- реализации рекламной кампании в сети Интернет.

Умения:

- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;
- определять эффективные офферы;
- создавать оригинальные и стильные логотипы;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 9 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;
- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.

Знания:

- отраслевую терминологию;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

Код, наименование компетенции
согласно ФГОС

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые

темы/разделы (номер и название раздела из РПД п.2.2)

Семестр

Номер задания

Наименование

оценочного

средства

ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно
к различным контекстам

Знания:

актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или
социальном контексте

алгоритмы выполнения работ

в профессиональной и смежных областях

методы работы в профессиональной и смежных сферах

структуру плана для решения задач

порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности

Раздел 1 Основы рекламы

Раздел 2. Основы брендинга

Раздел 3. Рекламное планирование

Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций

3, 4

7, 14, 20

Тестовые задания закрытого типа

Умения:

распознавать задачу и/или проблему

в профессиональном и/или социальном контексте

анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

определять этапы решения задачи

выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы

составлять план действия

определять необходимые ресурсы

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 10 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

владеть актуальными методами работы
 в профессиональной и смежных сферах
 реализовывать составленный план
 оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)

3,4

31

Тестовые задания открытого типа

ОК 02.

Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.

Раздел 1 Основы рекламы

Раздел 2. Основы брендинга

Раздел 3. Рекламное планирование

Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций

3, 4

8, 15, 21

Тестовые задания закрытого типа

Умения: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач

4

32

Тестовые задания открытого типа

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

Знания:

содержание актуальной нормативно-правовой документации

современная научная и профессиональная терминология

возможные траектории профессионального развития и самообразования

основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности

правила разработки бизнес-планов

порядок выстраивания презентации

кредитные банковские продукты

Раздел 1 Основы рекламы

Раздел 2. Основы брендинга

Раздел 3. Рекламное планирование

Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций

3, 4

9, 16, 22

Тестовые задания закрытого типа

Умения:

определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 11 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

применять современную научную профессиональную терминологию
 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
 выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
 презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
 рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
 определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
 презентовать бизнес-идею определять источники финансирования

4
33

Тестовые задания открытого типа

ОК 04 Эффективно взаимодействовать
 и работать
 в коллективе и команде

Знания:

психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
 основы проектной деятельности
 Раздел 1 Основы рекламы
 Раздел 2. Основы брендинга
 Раздел 3. Рекламное планирование
 Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций

3, 4
10, 17

Тестовые задания закрытого типа

Умения:

организовывать работу коллектива
 и команды
 взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности

3, 4
34

Тестовые задания открытого типа

ОК 05 Осуществлять устную
 и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей
 социального
 и культурного контекста

Знания:

особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных
 сообщений
 Раздел 1 Основы рекламы
 Раздел 2. Основы брендинга
 Раздел 3. Рекламное планирование
 Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций

3,4
23, 24

Тестовые задания закрытого типа

Умения:

грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном
 языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе

3, 4
35

Тестовые задания открытого типа

ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 12 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

на государственном
и иностранном языках

Знания:

правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности

Раздел 1 Основы рекламы

Раздел 2. Основы брендинга

Раздел 3. Рекламное планирование

Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций

3, 4

11,18

Тестовые задания закрытого типа

Умения:

понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
участвовать в диалогах на знакомые общие
и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

4

36

Тестовые задания открытого типа

ПК 3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет

Знания:

- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;
- структуру брифа и требования к нему

Раздел 1 Основы рекламы

Раздел 2. Основы брендинга

Раздел 3. Рекламное планирование

Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций

3, 4

1, 4, 19, 25, 28

Тестовые задания закрытого типа

Умения:

- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;
- обеспечивать качественное функционирование сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;
- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;
- преобразовывать требования заказчика в бриф;
- учитывать мнение заказчика при планировании РК

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 13 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3, 4

37

Тестовые задания открытого типа

Практический опыт:

- подбора и использования оффера;
- разработки рекламной кампании в сети Интернет

3, 4

40, 43

Задание с развернутым ответом

ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях

Знания:

- отраслевую терминологию;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

Раздел 1 Основы рекламы

Раздел 2. Основы брендинга

Раздел 3. Рекламное планирование

Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций

3, 4

2, 5, 13, 26, 29

Тестовые задания закрытого типа

Умения:

- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;
- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;
- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;
- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;
- размещать рекламные материалы в социальных медиа;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;
- определять эффективные офферы;
- создавать оригинальные и стильные логотипы;
- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;
- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;
- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;
- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет

3, 4

38

Тестовые задания открытого типа

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 14 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Практический опыт:

- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;
- реализации рекламной кампании в сети Интернет

3, 4

41

Задание с развернутым ответом

ПК 3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет

Знания:

- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;
- способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.

Раздел 1 Основы рекламы

Раздел 2. Основы брендинга

Раздел 3. Рекламное планирование

Раздел 4. Рынок маркетинговых коммуникаций

3, 4

3, 6, 12, 27, 30

Тестовые задания закрытого типа

Умения:

- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.

3, 4

39

Тестовые задания открытого типа

Практический опыт:

- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;
- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;
- постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.

3, 4

42

Задание с развернутым ответом

3.2 Содержание оценочных средств.

Часть 1. База тестовых вопросов закрытого типа

1. Прочитайте текст и установите соответствие между примером и когнитивным искажением.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Пример	Когнитивное искажение
А) Покупатель выбирает знакомый порошок, а не новый	1) Эффект знакомства
Б) Цена «999 рублей» кажется значительно меньшей, чем «1000 рублей»	2) Эффект привязки
В) Мнение знаменитости о банке считается экспертным	3) Эффект ореола
Г) Покупка товара «потому что все так де-	4) Стадное чувство

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 15 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

лают»	
-------	--

А	Б	В	Г

2. Прочитайте текст и установите соответствие между примером и целью рекламы

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Пример	Цель рекламы
А) Реклама нового бренда косметики, рассказывающая о его составе	1) Формирование осведомленности
Б) Сезонная необходимость замены автомобильных шин	2) Поддержание лояльности
В) Призыв купить товар по скидке, которая действует только 24 часа	3) Стимулирование сбыта
Г) Рассылка для постоянных клиентов о новинках бренда	4) Напоминание

А	Б	В	Г

3. Прочитайте текст и установите соответствие между элементами модели Лассуэлла с вопросами.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Вопрос	Элемент модели Лассуэлла
А) Кто?	1. Коммуникатор
Б) Что говорит?	2. Сообщение
В) Каким образом передается сообщение?	3. Канал
Г) С каким эффектом?	4. Результат

А	Б	В	Г

4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность.

Вы продвигаете новый товар. Расставьте задачи в порядке их важности. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

1. Стимулирование повторных покупок и формирование лояльности
2. Создание первичной осведомленности и знания о продукте
3. Формирование убеждения в превосходстве над аналогами
4. Донесение ключевого потребительского преимущества (УТП)

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 16 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

--	--	--	--

5. Прочитайте текст и установите последовательность действий этапов процесса аутсорсинга. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

1. Выбор внешнего исполнителя работ, услуг (аутсорсера)
2. Заключение договора и передача процессов
3. Анализ целесообразности и выбор процессов для передачи
4. Управление взаимоотношениями и контроль качества

--	--	--	--

6. Прочитайте текст и установите определите последовательность этапов процесса продаж (AIDA). Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

1. Желание (Desire)
2. Внимание (Attention)
3. Действие (Action)
4. Интерес (Interest)

--	--	--	--

7. Прочитайте текст и установите соответствие между этапом жизненного цикла товара и рекомендуемой маркетинговой стратегией.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо.

Этап жизненного цикла товара	Маркетинговая стратегия
А) Внедрение на рынок	1. Удержание доли рынка, дифференциация, поиск новых сегментов
Б) Рост	2. Создание осведомленности, активная реклама, пробные продажи
В) Зрелость	3. Снятие с производства, распродажа остатков
Г) Спад	4. Увеличение доли рынка, развитие каналов сбыта, улучшение продукта

А	Б	В	Г

8. Прочитайте текст и установите верную последовательность.

В каком порядке следует осуществлять процесс бенчмаркинга (изучения лучших практик) конкурентов? Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

1. Оценка рекламных кампаний конкурентов
2. Выявление компаний-эталонов, чьи практики можно адаптировать в своей рекламной кампании
3. Постановка целей бенчмаркинга (что именно изучаем: креатив, медиамикс, вовлеченность?)

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 17 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

4. Определение конкретных параметров сравнения

--	--	--	--

9. Прочитайте текст и установите верную последовательность этапов управления рисками в рекламной деятельности. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

1. Идентификация (выявление) рисков
2. Контроль
3. Разработка и реализация мер по минимизации рисков
4. Оценка и анализ выявленных рисков

--	--	--	--

10. Прочитайте текст и определите верную последовательность этапов разработки эффективного рекламного продукта. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо.

1. Создание креатива
2. Анализ целевой аудитории и конкурентов
3. Выбор каналов коммуникации
4. Тестирование на фокус-группах

--	--	--	--

11. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:

1. потребители
2. рекламодатели
3. рекламодатели
4. целевые аудитории

12. Прочитайте задание, выберите правильные ответы

Продолжите предложение. Связь рекламы с маркетингом заключается в:

1. атрибутах товара (услуги)
2. продвижении
3. целях и задачах дисциплины
4. объекте воздействия

13. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Исторически первая форма массовой рекламы:

1. рекламные сувениры
2. реклама в газетах
3. печатная реклама
4. наружная реклама

14. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Рекламой является:

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 18 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. письмо, направленное конкретному адресату с информацией о товаре (услуге) фирмы
2. выступление по радио руководителя о товаре (услуге) фирмы
3. сообщение в газете о продаже товара (услуги) фирмы

15. *Прочитайте задание, выберите правильные ответы*

Продолжите предложение. Прямая реклама использует следующие формы:

1. письма, открытки
2. каталоги, проспекты
3. рекламные ТВ-ролики
4. календари

16. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

Продолжите предложение. На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является

1. стимулирование покупки
2. информирование о местах продажи
3. формирование потенциальных потребителей
4. стабилизация круга покупателей

17. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

Продолжите предложение. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы

1. информативная реклама
2. побудительная реклама;
3. напоминающая реклама
4. сравнительная реклама

18. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

Продолжите предложение. Заказчиком рекламы является:

1. рекламоатель
2. рекламное агентство
3. журнал
4. типография
5. потребитель

19. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

Продолжите предложение. Допускается ли реклама товаров, если продажа их требует лицензии, но она не получена:

1. да
2. нет

20. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

Продолжите предложение. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

1. реклама в прессе
2. печатная реклама
3. реклама в транспорте
4. компьютерная реклама

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 19 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

5. реклама на месте продаж

6. реклама на радио

21. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

Продолжите предложение. Малоформатное несфальцованное или одноизгибное издание, выпускаемое одним форматом

1. каталог
2. проспект
3. буклет
4. листовка

22. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

Продолжите предложение. Сброшюрованное или сфальцованное печатное издание, информирующее о каком-либо конкретном товаре или группе товаров

1. каталог
2. буклет
3. проспект
4. плакат
5. листовка

23. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

Ответьте на вопрос. Относятся ли викторины, репортажи, интервью и шоу к рекламным носителям?

1. да
2. нет

24. *Прочитайте задание, выберите правильные ответы*

Продолжите предложение. Ярмарки классифицируют:

1. на национальные, региональные и постоянно действующие
2. на оптовые и торговые
3. по группам участников

25. *Прочитайте задание, выберите правильные ответы*

Продолжите предложение. Рекламу от PR отличает:

1. фирменный стиль
2. создание престижа товару
3. создание имиджа предприятия.

26. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

Продолжите предложение. Логотип – это:

1. оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму)
2. графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании)
3. единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов

27. *Прочитайте задание, выберите правильный ответ*

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 20 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Продолжите предложение. Рекламодатель - это юридическое или физическое лицо, являющееся

1. финансирующей стороной производства рекламы
2. источником рекламной информации для производства и размещения рекламы
3. источником рекламной информации и финансирующей стороной для производства и распространения рекламы
4. источником рекламной информации для производства, размещения, последующего распространения рекламы

28. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Рекламораспространитель - это юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и (или) распространение) рекламной информации

1. путем оплаты (финансирования) услуг соответствующих средств распространения рекламной информации
2. теми способами и в тех средствах распространения рекламы, которые определил рекламодатель
3. путем предоставления и (или) использования имущества (технических средств радио-, телевизионного вещания, каналов связи, эфирного времени и др.)
4. путем продажи и (или) сдачи во временное использование имущества (технических средств радио-, телевизионного вещания, каналов связи, эфирного времени и др.)

29. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Рекламный процесс представляет собой:

1. процесс создания рекламной продукции
2. комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка
3. совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю
4. определение контингента товаров и услуг, нуждающихся в рекламе

30. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. На информационном листе не размещается:

1. фирменный знак
2. логотип
3. атрибуты фирменной символики
4. атрибуты адреса

Часть 2. База тестовых вопросов *открытого типа*

31. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. Реклама — это _____, однонаправленное и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой информации и другие формы коммуникации, имеющее своей целью заставить потребителей выполнить желаемое рекламодателем действие

32. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. Одной из задач рекламы является _____ — поддержание осведомленности, удержание в памяти потребителей информации о товаре в промежутках

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 21 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

между покупателями

33. Прочитайте задание, вставьте верное словосочетание.

Вставьте термин. Одной из основных черт рекламной коммуникации является _____ — отсутствие или запаздывание обратной реакции на рекламное обращение

34. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. _____ — это комплекс представлений, эмоций и ассоциаций потребителя о товаре, в то время как _____ — это юридически защищённое обозначение (слово, знак, символ), которое идентифицирует товары производителя

35. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. _____ — это процесс создания и управления брендом, включающий разработку идентичности, позиционирование, коммуникацию и поддержание лояльности потребителей.

36. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. _____ — это определение места бренда на рынке и в сознании потребителей относительно конкурентов, создание уникального и выгодного образа, который занимает свободную нишу.

37. Прочитайте задание, вставьте верное словосочетание.

Вставьте термин. Стратегическое планирование в рекламе — это процесс разработки _____ торговой марки, результатом которого является видение основных этапов коммуницирования и продвижения марки в рекламной кампании или в более долгосрочной перспективе.

38. Прочитайте задание, вставьте верное слово.

Вставьте термин. В отличие от стратегического планирования, _____ более подробно отвечает на вопрос где, то есть по каким тактическим каналам и когда донести до потребителя коммуникационное сообщение.

39. Прочитайте задание, вставьте верное словосочетание.

Вставьте термин. Одной из основных тенденций последнего десятилетия является активное использование _____, которые объединяют в себе рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта и прямой маркетинг для обеспечения максимального воздействия на потребителя.

Часть 3. Задание с развернутым ответом

40. Прочитайте текст и напишите обоснованный ответ.

Что означает релевантность информации?

41. Прочитайте текст и напишите обоснованный ответ.

Перечислите основные средства рекламы

42. Прочитайте текст и напишите обоснованный ответ.

Дайте определение понятию реклама

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 22 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

43. Прочитайте текст и напишите обоснованный ответ.

Перечислите основные задачи рекламы

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 23 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3.3 Ключи и критерии к оцениванию задания

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 24 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

№ задания	Верный ответ	Критерии
1.	1234	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
2.	1432	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
3.	1234	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
4.	2431	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
5.	3124	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
6.	2413	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
7.	3142	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
8.	3412	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
9.	1432	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
10.	2314	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
11.	4	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
12.	134	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
13.	3	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
14.	2	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
15.	12	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
16.	3	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
17.	2	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
18.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 25 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

19.	2	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
20.	5	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
21.	3	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
22.	3	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
23.	1	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
24.	12	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
25.	23	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
26.	2	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
27.	4	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
28.	3	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
29.	3	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
30.	4	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
31.	платное (или оплаченное)	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
32.	напоминание	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
33.	односторонняя направленность	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
34.	(1): Бренд (2): товарный знак	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
35.	Брендинг	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
36.	Позиционирование	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
37.	концепции коммуницирования	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность, по специальности 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 26 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		0 баллов
38.	медиапланирование	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
39.	интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК)	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
40.	Релевантность информации означает, что она соответствует решаемой проблеме, имеет прямое отношение к задачам исследования и может быть использована для принятия маркетинговых решений	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
41.	Реклама в периодической печати, реклама на радио, телевизионная реклама, реклама на транспорте, наружная реклама	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
42.	Информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
43.	Информирование, увещевание, напоминание, позиционирование, удержание покупателей, имиджирование	Верный ответ – 1 балл; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется по пятибалльной системе оценивания

Экзамен, зачет, зачет с оценкой и пр. проводится в форме компьютерного тестирования:

0-49% выполненных заданий - неудовлетворительно (оценка 2) (не зачтено);

50-69 % выполненных заданий - удовлетворительно (оценка 3) (зачтено);

70-90 % выполненных заданий - хорошо (оценка 4) (зачтено);

91-100 % выполненных заданий - отлично (оценка 5) (зачтено).

Общее время выполнения работы – 2 ак.ч.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).