

Компонент ОПОП 42.04.02 Журналистика. Направленность (профиль) Цифровая журналистика.  
Б1.В.06

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины  
(модуля)

Реклама в цифровой среде

---

Разработчик (и):

Рычкова Т.А.,  
кандидат филологических наук,  
доцент, доцент кафедры ФМКиЖ

Утверждено на заседании кафедры  
филологии, межкультурных коммуникаций и  
журналистики  
протокол № 5 от 5.02.2026

Заведующий кафедрой



подпись

Саватеева О. В.

ФИО

# 1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

| Код и наименование компетенции                                                                         | Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Результаты обучения по дисциплине (модулю)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Оценочные средства текущего контроля                  | Оценочные средства промежуточной аттестации |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
|                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <i>Знать</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <i>Уметь</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <i>Владеть</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                       |                                             |
| УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | ИД-1УК-5<br>Понимает, анализирует и толерантно воспринимает межкультурное разнообразие общества<br>ИД-2УК-5<br>Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их культурных, этнических, конфессиональных особенностей в целях успешного выполнения социальных и профессиональных задач<br>ИД-3УК-5<br>Ориентируется в различных ситуациях межкультурного взаимодействия | теоретические основы межкультурной коммуникации и ее роль в рекламной деятельности; особенности восприятия рекламы представителями различных культур, этносов, конфессий и социальных групп; культурные коды и стереотипы, влияющие на эффективность рекламных сообщений; принципы адаптации рекламного контента для различных культурных аудиторий; этические нормы и ограничения при создании рекламы в поликультурной среде | анализировать ценностные системы и культурные особенности целевых аудиторий для разработки эффективных рекламных стратегий; учитывать межкультурные различия при создании рекламного контента; адаптировать рекламные сообщения для различных этнических, религиозных и социальных групп; выстраивать профессиональное взаимодействие в поликультурном коллективе при разработке рекламных проектов; выявлять и нейтрализовывать культурно-чувствительные элементы в рекламе | навыками межкультурного анализа рекламных коммуникаций; методами адаптации рекламного контента для различных культурных аудиторий; способами учета культурного разнообразия при планировании рекламных кампаний; приемами создания поликультурной среды взаимодействия в профессиональном коллективе; навыками этически ответственного подхода к созданию рекламы с учетом культурных особенностей | Работа на практических занятиях, посещаемость занятий | Вопросы к зачету                            |

|                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                              |                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <p>ПК-1 - Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания и осуществлять эфирное планирование совместно с коллегами</p> | <p>ПК-1.1. Самостоятельно пишет авторские комментарии и другие тексты в рамках редакционной политики, верстает авторские программы</p> <p>ПК-1.2. Готовит предложения для составления творческих планов редакции/канала</p> <p>ПК-1.3. Информировует ответственного выпускающего обо всех значимых сообщениях информационных агентств</p> | <p>современное состояние рынка цифровой рекламы в России и за рубежом;</p> <p>классификацию и специфику основных форматов цифровой рекламы (медийная, контекстная, таргетированная, нативная, видеореклама);</p> <p>методологию разработки рекламной стратегии в цифровой среде; принципы планирования рекламных кампаний для различных медиаплатформ;</p> <p>инструменты анализа эффективности рекламных коммуникаций;</p> <p>особенности интеграции рекламы в контентную стратегию медиапредприятия</p> | <p>анализировать рынок цифровой рекламы и предпочтения целевой аудитории для разработки эффективных рекламных концепций;</p> <p>разрабатывать стратегические и тактические планы рекламных кампаний в цифровой среде;</p> <p>осуществлять планирование размещения рекламы на различных цифровых платформах;</p> <p>координировать деятельность подразделений при реализации рекламных проектов; оценивать эффективность рекламных кампаний с использованием современных метрик и аналитических инструментов</p> | <p>навыками разработки концепций рекламных кампаний для цифровых медиа; методами планирования и бюджетирования рекламной деятельности; способами интеграции рекламных форматов в контентную стратегию медиапредприятия;</p> <p>приемами координации работы творческих, технических и медийных специалистов при создании цифровой рекламы; навыками анализа и оптимизации рекламных кампаний на основе данных цифровой аналитики.</p> | <p>Работа на практических занятиях, посещаемость занятий</p> | <p>Вопросы к зачету</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|

## 2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

| Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения) | Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                               | Ниже порогового<br>(«неудовлетворительно»)                                                                                                                                                                                      | Пороговый<br>(«удовлетворительно»)                                                                                                                                                                                                                             | Продвинутый<br>(«хорошо»)                                                                                                                                                                                                                       | Высокий<br>(«отлично»)                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Полнота знаний</b>                                         | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.                                                                                                                                                          | Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.                                                                                                                                                                                               | Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.                                                                                                                                                  | Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Наличие умений</b>                                         | При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.                                                                                                                            | Продemonстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объёме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)                                                                                     | Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочётами.                                                                            | Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объёме без недочётов.                                                                                                                     |
| <b>Наличие навыков (владение опытом)</b>                      | При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.                                                                                                                             | Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочётами.                                                                                                                                                                  | Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочётами.                                                                                                                                                   | Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.                                                                                                   |
| <b>Характеристика сформированности компетенции</b>            | Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач.<br><br>ИЛИ<br>Зачетное количество баллов не набрано согласно установленному диапазону | Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач.<br><br>ИЛИ<br>Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону | Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач.<br><br>ИЛИ<br>Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону | Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач.<br><br>ИЛИ<br>Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону |

### 3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

#### 3.1 Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

| Баллы | Критерии оценки         |
|-------|-------------------------|
| 10    | посещаемость 75 - 100 % |
| 5     | посещаемость 50 - 74 %  |
| 0     | посещаемость менее 50 % |

#### 3.2 Критерии и шкала оценивания практических работ

Перечень практических работ, описание порядка выполнения и защиты работы, требования к результатам работы, структуре и содержанию отчета и т.п. представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

| Оценка/баллы               | Критерии оценивания                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Отлично</b>             | Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по лабораторной/практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.                            |
| <b>Хорошо</b>              | Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены. |
| <b>Удовлетворительно</b>   | Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.                                         |
| <b>Неудовлетворительно</b> | Задание выполнено со значительным количеством ошибок на низком уровне. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.<br>ИЛИ<br>Задание не выполнено.                                                                 |

### 4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

#### Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с зачетом/зачетом с оценкой

Если обучающийся набрал зачетное количество баллов согласно установленному диапазону по дисциплине (модулю), то он считается аттестованным с оценкой согласно шкале баллов для определения итоговой оценки:

| Оценка                   | Баллы    | Критерии оценивания                                                  |
|--------------------------|----------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>Отлично</b>           | 91 - 100 | Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону |
| <b>Хорошо</b>            | 81 - 90  | Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону |
| <b>Удовлетворительно</b> | 60 - 80  | Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону |

|                            |          |                                                                         |
|----------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------|
| <b>Неудовлетворительно</b> | менее 60 | Зачетное количество согласно установленному диапазону баллов не набрано |
|----------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------|

### **Вопросы к зачету:**

1. Реклама в системе массовых коммуникаций: определение, функции, специфика.
2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
3. Психология рекламного воздействия.
4. Психологические аспекты рекламной коммуникации: покупательские
5. мотивы.
6. Структура рекламного текста.
7. Планирование рекламной кампании.
8. Позиционирование товара как часть разработки рекламной кампании.
9. Специфика прессы рекламы.
10. Особенности аудиовизуальной рекламы.
11. Тенденции развития рынка PR.
12. Тенденции развития рынка рекламы.
13. Структура отечественного рекламного и PR-рынка.
14. PR и средства массовой информации.
15. PR в системе маркетинговых коммуникаций.
16. Функции службы по связям с общественностью.
17. Приемы работы над имиджем товара, фирмы.
18. Технологии публичных отношений: организация событий и мероприятий.
19. Организация пресс-конференций и брифингов.
20. Принципы работы пресс-службы.
21. Основы корпоративной культуры фирмы.
22. Медиапланирование. Параметры медиапланирования. Схемы охвата.
23. Аудитория в рекламе: целевая аудитория и целевое поведение.
24. Принципы составления плана использования средств рекламы.
25. Проблемы оценки эффективности рекламного воздействия.
26. Оценка финансовой эффективности рекламы.
27. Расчет бюджета рекламной кампании.
28. Оценка коммуникативной эффективности рекламы.
29. Тестирование качества рекламных материалов.
30. Правовое регулирование рекламной деятельности.
31. Федеральный закон «О рекламе».
32. Федеральный закон «Об авторском праве и смежных правах».
33. Этика и право в PR.
34. Саморегулирование в области рекламы: профессиональные и общественные организации, их деятельность.

### **5. Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования.**

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта включает: *тестовые задания*.

## Комплект заданий диагностической работы

**УК-5** - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

### ***ДЕ-1 Реклама в системе массовых коммуникаций.***

1. Укажите определение, соответствующее понятию «PR»:

- а) это неличные формы коммуникаций, осуществляемые через платные средства распространения информации и исходящие от четко определенного источника;
- б) это мероприятия временного и локального характера, дополняющие остальные средства маркетинговых коммуникаций и направленные на ускорение продаж конкретного товара;
- в) мероприятия, имеющие целью с помощью определенных действий создать психологический климат понимания и взаимного доверия между предприятием и его различными аудиториями;
- г) персональные коммуникации с целью побуждения потребителя к немедленным действиям (покупке).

2. Выделите наиболее полный правильный ответ на вопрос: что относится к средствам массовой информации?

- а) газеты и журналы;
- б) газеты, журналы и реклама;
- в) газеты, журналы, радио и телевидение;
- г) журналы, радио, телевидение и интернет.

3. Основным направлением деятельности PR является:

- а) предпраздничные ценовые скидки;
- б) конференции;
- в) дни открытых дверей;
- г) построение отношений со СМИ.

4. Укажите определение, соответствующее понятию *личные продажи*:

- а) это неличные формы коммуникаций, осуществляемые через платные средства распространения информации и исходящие от четко определенного источника;
- б) это мероприятия временного и локального характера, дополняющие остальные средства маркетинговых коммуникаций и направленные на ускорение продаж конкретного товара;
- в) мероприятия, имеющие целью с помощью определенных действий создать психологический климат понимания и взаимного доверия между предприятием и его различными аудиториями;
- г) персональные коммуникации с целью побуждения потребителя к немедленным действиям (покупке).

5. Можно ли считать слухи (молву о характеристиках товара) неформальными маркетинговыми коммуникациями:

- а) можно, так как они могут генерироваться самим предприятием и стать эффективным средством формирования запланированных взаимоотношений с целевыми аудиториями;
- б) нельзя, так как они возникают самопроизвольно и существуют вне всякой зависимости от маркетинговых коммуникаций.
- в) нельзя, так как они возникают «благодаря» конкурентам.
- г) и можно и нельзя – все зависит от того, кто генерирует слухи.

***ДЕ-2 Разновидности рекламной коммуникации, их законодательное регулирование.***

1. К жанрам рекламы в прессе относится:
  - а) буклет;
  - б) объявление;
  - в) листовка;
  - г) брошюра.
2. Специально подготовленный радиосюжет, который в оригинальной манере и, как правило, в музыкальном сопровождении излагает информацию о рекламируемом объекте – это:
  - а) аудиоспот;
  - б) рекламный бриф;
  - в) джингл;
  - г) медиаплан.
3. НЕ является жанром телевизионной рекламы:
  - а) интервью;
  - б) телезаставки;
  - в) баннер;
  - г) рекламный репортаж.
4. Вид рекламной продукции, представляющий собой малоформатное несфальцованное недорогое издание, называется:
  - а) листовка;
  - б) каталог;
  - в) буклет;
  - г) брошюра.
5. Критерием определения границ жанра могут быть:
  - а) объем произведения;
  - б) способ построения образа;
  - в) методы и средства воплощения;
  - г) все выше перечисленное.

**ПК-1** - Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания и осуществлять эфирное планирование совместно с коллегами

***ДЕ-3 Рекламные и PR-кампании: сущность, особенности, технология. Коммуникативные процессы и управление общественным мнением.***

1. Имиджевая реклама – это:
  - а) то же самое, что и корпоративная реклама;
  - б) средства и мероприятия, направленные на формирование положительного образа продукта и положительного отношения потребителя к продукту;
  - в) средство для быстрого увеличения объема продаж;
  - г) главное средство sales promotion.
2. Реклама, которая содержит информацию, порочащую физические и юридические лица, национальное достояние, государственные и религиозные символы:
  - а) недостоверная реклама;
  - б) неэтичная реклама;
  - в) недобросовестная реклама;
  - г) ложная реклама.

3. Реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, в Законе «О рекламе» называется:

- а) ложной рекламой;
- б) тайной рекламой;
- в) недобросовестной рекламой;
- г) скрытой рекламой.

4. В классификацию рекламы по функциям и целям включается:

- а) вечерняя реклама;
- б) поддерживающая реклама;
- в) локальная реклама;
- г) товарная реклама.

5. Выберите правильный вариант из четырех предложенных ответов: паблисити – это...

- а) форма PR;
- б) часть рекламы;
- в) часть маркетинга;
- г) часть sales promotion.

*Ключи к тестовым заданиям.*

| <b>ДЕ</b><br><b>№ вопр.</b> | <b>ДЕ-1</b> | <b>ДЕ-2</b> | <b>ДЕ-3</b> |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>1</b>                    | <i>б</i>    | <i>б</i>    | <i>б</i>    |
| <b>2</b>                    | <i>г</i>    | <i>а</i>    | <i>б</i>    |
| <b>3</b>                    | <i>г</i>    | <i>в</i>    | <i>г</i>    |
| <b>4</b>                    | <i>г</i>    | <i>а</i>    | <i>б</i>    |
| <b>5</b>                    | <i>г</i>    | <i>г</i>    | <i>г</i>    |