

Компонент ОПОП 42.03.02 Журналистика
наименование ОПОП

Б1.В.16
шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Дисциплины
(модуля)**

История рекламы и кино

Разработчик (и):

Хохлина Н.В., канд. филологических наук,
доцент кафедры ФМККиЖ ФГАОУ ВО
«МАУ».

Утверждено на заседании кафедры
филологии, межкультурной коммуникации
и журналистики
протокол № 5 от 05.02.2026 г.

Заведующий кафедрой ФМККиЖ



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 воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИД-1УК-5 Анализирует и интерпретирует межкультурное разнообразие современного общества на основе знания истории ИД-2УК-5 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения ИД-3УК-5 Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия в процессе коммуникации в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции	социокультурную специфику различных обществ и групп в рамках культурного многообразия; основные подходы к изучению и осмыслению культурного многообразия в рамках философии, социальных и гуманитарных наук в области киноиндустрии.	определять и применять способы межкультурного взаимодействия различных социокультурных ситуаций в рамках социально-исторического, этического философского контекста.	научной терминологией основных научных категорий гуманитарного знания в зарубежном и российском кинематографе.	Тест Реферат	Вопросы к экзамену

ПК-3 - Способен понимать сущность и значение информации в развитии общества, использовать основные методы получения и работы с информацией, применяя современные цифровые технологии и основываясь на принципах информационной безопасности.	ПК-3.1. Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта ПК-3.2. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта ПК-3.3. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте					
---	---	--	--	--	--	--

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 («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
Полнота знаний	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.
Наличие умений	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 объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ 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. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач. ИЛИ 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. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 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
Отлично	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по лабораторной/практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
Хорошо	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.
Удовлетворительно	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
Неудовлетворительно	Задание выполнено со значительным количеством ошибок на низком уровне. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены. ИЛИ Задание не выполнено.

3.2 Критерии и шкала оценивания тестирования

Перечень тестовых вопросов и заданий представлен в *Комплексе заданий диагностической работы*; описание процедуры тестирования представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

3.3 Критерии и шкала оценивания реферата

Тематика рефератов по дисциплине (модулю), требования к структуре, содержанию и оформлению изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Примерные темы реферата:

1. Характеристика рекламы во Франции в XIX веке.
2. Рекламный процесс в Германии в XIX веке.
3. Рекламный процесс на первом этапе независимости США.
4. Рекламные новации в Америке середины XIX века.
5. Развитие рекламы в США во второй половине XIX века.
6. Общие черты американской рекламы рубежа веков.
7. Проторекламные символы на Руси. Виды устной рекламы.
8. Виды ярмарочной рекламы.
9. Лубочные традиции в российской рекламе.
10. Начало печатной газеты, реклама в российских газетах XVIII века.
11. Эволюция лубочного творчества в XIX веке.
12. Малые изобразительные формы рекламы.

13. Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX веков.
14. Рекламный процесс в первой половине XIX века.
15. Реклама в 60 – 80-е годы XIX века.
16. Особенности рекламы на рубеже XIX – XX веков.
17. Реклама в журнальной периодике начала XX века.
18. Этапы совершенствования рекламы в XXI веке.
19. Этапы развития советского кино.
20. Характеристики жанров драмы и мелодрамы.
21. Характерные черты комедии как жанра кино.
22. Особенности жанров хоррора и триллера.
23. Характеристики детектива и нуара как жанров кино.
24. Отличия фантастика от фэнтези как жанры кино.
25. Особенности жанров вестерна, боевика и приключенческого фильма.
26. Драматургические элементы, характеризующие героя.
27. Характеристики конфликта в драматургии. Типы конфликтов.
28. Особенности процесса работы над сценарием кинофильма.
29. Специфические черты режиссерского сценария и режиссерской экспликации.
30. Виды монтажа.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
<i>Хорошо</i>	Основные требования к реферату и его защите - выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
<i>Удовлетворительно</i>	Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
<i>Неудовлетворительно</i>	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

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

Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с экзаменом

Примерные вопросы к экзамену:

1. Понятие рекламы. Виды рекламы в России.
2. Каналы распространения рекламы.
3. Социальные сферы рекламной деятельности (каждая сфера должна быть проиллюстрирована примерами из рекламной деятельности).

4. Сущность проторекламы и функции знаков. Символизация на начальных этапах культуры и культовая протореклама.
5. Формирование престижной проторекламы, развитие демонстративной символизации. Знаки собственности и знаки авторства как варианты проторекламы.
6. Социальные факторы формирования рекламы, жанры устной рекламы в античном городе.
7. Виды античных вывесок; политическая реклама и регулирование рекламного процесса в Античности.
8. Письменная реклама и реклама зрелищ античного периода.
9. Этапы Средневековья. Новшества развитого Средневековья; фольклорные виды устной рекламы.
10. Изобразительная реклама позднего Средневековья.
11. Жанры рекламы позднего Средневековья.
12. Переворот в тиражировании информации. Новые рекламные жанры и виды рекламы Средневековья.
13. Начало журналистской и рекламной деятельности в Европе, соперничество рекламных изданий в XVII веке.
14. Североамериканская реклама колониального периода; законодательное регулирование рекламы в XIX веке.
15. Особенности английской рекламы в XIX веке.
16. Братья Люмьер - «отцы» кинематографа?
17. Специфические черты «мельесовского» и «люмьеровского» направлений в немом кино.
18. Этап развития звукового кино.
19. Главные принципы киноавангарда.
20. Характеристики кинематографа довоенного периода.
21. Основы теории монтажа С. Эйзенштейна.
22. Основные черты кинематографа золотого периода Голливуда.
23. Основные черты итальянского неореализма.
24. Основные черты французского романтического реализма.
25. Основные черты французской «новой волны».
26. Особенности американской «новой волны».
27. Этап развития кинематографа Голливуда в 1980-е годы.
28. Специфические черты Индивуда.
29. Тенденции развития кинематографа в 2000-е годы.
30. Индустрия кино XXI века.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Выполнены все требования подготовки к экзамену: обозначена проблема и обоснована ее актуальность при ответе по билету, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
<i>Хорошо</i>	Основные требования к подготовке выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Удовлетворительно	Имеются существенные отступления от требований к ответу на экзамене. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании ответа или при ответе на дополнительные вопросы; во время ответа отсутствует вывод.
Неудовлетворительно	Тема вопроса не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

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 заданий включает: *тестовые задания*.

Комплект заданий диагностической работы

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	
1.	Слово «реклама» происходит от латинского <i>reclamo</i> , что означает: а) демонстрирую; б) рекламирую; в) кричу, восклицаю; г) хочу показать.
2.	Реклама, сообщающая о товаре на первой стадии его жизненного цикла – это: а) престижная реклама; б) информативная реклама; в) агрессивная реклама; г) защитная реклама.
3.	Какая реклама, с психологической точки зрения, считается самой эффективной? а) телевизионная; б) радиореклама; в) наружная; г) реклама в печати.
4.	Прямая почтовая рассылка в виде информационных писем, адресованных потенциальным оптовым покупателям, называется: а) бюллетень; б) анонс-лист; в) листовка; г) директ мейл.
5.	В понятии «протореклама» приставка прото- означает: а) стадию будущего изучения рекламы; б) протокольную рекламу; в) стадию предшествования рекламы; г) данная приставка со словом «реклама» не сочетается.

6.	Использование разнообразных знаковых средств, призванных выделить индивидуума среди ему подобных называется: а) самопрезентацией; б) самоидентификацией; в) символизацией; г) сигнализацией.
7.	Т. Веблен в труде «Теория праздного класса» рассматривает: а) виды демонстративного поведения; б) классовую иерархию; в) грандиозные празднества; г) ни один из перечисленных выше ответов не является правильным.
8.	Античный город формируется вокруг трех информационных центров. Первым и главным среди них является: а) храмовый комплекс; б) административный комплекс; в) рынок; г) все комплексы в равной степени важные.
9.	Формирование речевой коммуникации – это: а) первая информационная революция б) вторая информационная революция; в) третья информационная революция г) четвертая информационная революция.
10.	Кадуцей – это: а) ранг глашатая; б) знак привилегии глашатая; в) лист, с которого глашатай зачитывал текст; г) метод голосования, которым избирались глашатаи.
ПК-3 - Способен понимать сущность и значение информации в развитии общества, использовать основные методы получения и работы с информацией, применяя современные цифровые технологии и основываясь на принципах информационной безопасности.	
1.	В какой стране прошла первая ярмарка? а) в России; б) в Германии; в) в Англии; г) во Франции.
2.	Геральдика – это: а) собрание герольдов; б) совокупность должностей герольдов; в) описание гербов и их истории; г) ни один из перечисленных выше ответов не является правильным.
3.	Какой из фольклорных видов устной рекламы Средневековья является самым продуктивным? а) «крики улиц»; б) тексты стационарных зазывал; в) ярмарочный фольклор; г) все вышеперечисленные виды.
4.	Настенная живопись и гравюра Средневековья относятся: а) к предплакатным видам рекламы; б) к цеховым демонстративным акциям; в) к рекламной деятельности герольдов; г) ни один из перечисленных выше ответов не является правильным.

5.	Иоганн Гутенберг – это: а) некоронованный король Англии; б) европейский первопечатник; в) редактор первой газеты; г) немецкий писатель.
6.	Первый полный печатный титульный лист в 1476 году создал: а) Ф. Бродель; б) И. Рюрикович; в) И. Гутенберг; г) Э. Ратдольт.
7.	Индульгенция – это: а) обряд пострига в монахи; б) вид афиши; в) цены отпущения грехов; г) библиографический элемент.
8.	Кто заложил основу рекламного агентства? а) кардинал Ришелье; б) Уильям Арчер; в) Бен Джонсон; г) Теофраст Ренодо.
9.	Кто первым сообщил о создании конторы публичной рекламы? а) Джон Мильтон; б) Мэрчмонт Нидхэм; в) Эдвард Ллойд; г) Оливер Уильямс.
10.	Проторекламные символы Древней Руси – это: а) знаки, обозначающие родовую или семейную собственность; б) княжеские административные знаки; в) «знамена», которыми помечались границы княжеских угодий; г) все вышеперечисленные варианты являются проторекламными символами.

Ключи к тестовым заданиям

№ вопроса	УК-5	ПК-3
1	в	б
2	б	в
3	а	г
4	г	а
5	в	б
6	б	г
7	а	в
8	г	г
9	а	б
10	б	г