

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Панарин Андрей Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.02.2025 11:24:59

Уникальный про

а5da3d9896e9d535380e3f9a7da4832154ef8302



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования

«Московский психолого-социальный университет»

Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)

Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

факультет управления человеческими ресурсами

кафедра организационной психологии и психологии труда

**Фонд
оценочных средств
По дисциплине
«Технологии производства рекламного продукта»**

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

Направление подготовки - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

Москва

2025 год

Лист согласований

Фонд оценочных средств дисциплины «Технологии производства рекламного продукта» предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры организационной психологии и психологии труда

протокол № 2 от «26» сентября 2024 г.

зав. кафедрой организационной психологии
и психологии труда

Небродовская-Мазур Е.Ю.



Исполнитель:
доцент кафедры организационной психологии
и психологии труда

Матвеева И.П.



Согласовано:

Декан факультета
управления человеческими ресурсами



Небродовская-Мазур Е.Ю.

Директор института психологии



Ефимова О.С.

**1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы
ПК-3.1, ПК-7.3, ПК- 7.5**

Код и описание компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн- и офлайн-коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
	ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

ТИПОВЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Инструкция
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов	Прочитайте текст и выберите правильный ответ (Если несколько ответов, то прочитайте текст и выберите правильные ответы)
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
Задания с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания
Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным если правильно установлены все соответствия	Верно/неверно
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Задание закрытого типа на установление правильной последовательности считается верным если правильно указываются все последовательности	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указан ответ и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором нескольких ответов из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указаны ответы и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания открытого типа с развернутым ответом	Задания открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталоном по содержанию и полноте.	Верно/неверно

3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

3.1. Задания для проведения текущего контроля обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
<p><i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i></p> <p>1. Предметом технической эстетики является:</p> <p>А. Законы и нормативные акты разработки нового вида продукции</p> <p>Б. Изучение окружающей среды</p> <p>В. Изучение эстетических аспектов формирования среды жизнедеятельности человека</p> <p>2. Эргономика изучает...</p>	<p>ПК-3.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий</p>	<p>Базовый</p> <p>1-3</p> <p>минуты</p>

<p>А. Функциональное состояние Б. Деятельность человека или группы людей в условиях современного производства, быта, досуга В. Все ответы правильные</p> <p>3. Направлениями развития эргономики являются...</p> <p>А. Совершенствование действующей продукции Б. отделочный В. Корректирующий и превентивный</p> <p>4. Основными объектами исследования эргономики являются...</p> <p>А. Системы «человек — внешняя среда» Б. Системы «человек — изделие — среда» В. Системы «человек — изделие — внутренняя среда»</p> <p>5. Главная цель дизайна...</p> <p>А. Облегчить взаимодействие человека с изделием Б. Способствовать созданию комфортных условий для физической и умственной деятельности В. Все ответы верны</p> <p>6. Корректирующее направление развития эргономики заключается в...</p> <p>А. Проектировании новой продукции и стилей Б. Ликвидации устаревшей продукции и стилей В. Модернизации уже существующих изделий</p> <p>7. Основными условиями рационального художественного конструирования являются...</p> <p>А. Системный анализ и приспособление уже существующих дизайн-объектов Б. Внешний вид дизайн-объектов В. Рациональное использование дизайн-объектов</p> <p>8. Разница между потребителями и покупателями товара...</p> <p>А. Нет разницы Б. Потребители принимают решения о покупке, а покупатели используют товар В. Потребители используют товар, а покупатели принимают решение о покупке</p> <p>9. К этапам изучения условий конкуренции не принадлежат...</p> <p>А. Анализ внешней и внутренней среды Б. Выяснение преимуществ и недостатки деятельности конкурентов В. Анализ показателей деятельности конкурентов</p> <p>10. Наиболее выгодна для предприятия группа сегментов рынка (или один сегмент), на которую направляется его деятельность, называется...</p> <p>А. Рынок покупателей Б. Целевой рынок В. Рынок продавцов</p>	<p>в работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	
---	---	--

<p>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</p> <p>11. Технологическая инновация —...</p> <p>А. Создает новую продукцию Б. Внедряет новую технологию В. Создает новую модификацию продукта</p> <p>12.Насыщенность (Saturation) – это...</p> <p>А. параметр цвета, определяющий его яркость Б. разбеливание В. параметр цвета, определяющий его контрастность Г. параметр цвета, определяющий его чистоту</p> <p>13. Офсетная печать-...</p> <p>А. разновидность плоской печати, при которой краска с печатной формы передается на резиновую поверхность, а с нее переносится на бумагу Б. безрастровый способ плоской печати полутоновых иллюстраций В. расположение печатающих и пробельных элементов на форме на одном уровне</p> <p>14. Специализированными программами для подготовки фотографий являются...</p> <p>А. Microsoft Publisher Б. Adobe Illustrator В. Adobe InDesign Г. Adobe Photoshop</p> <p>15. Основными принципами графического дизайна являются...</p> <p>А. направление Б. масштаб В. единство многообразия</p> <p>16. Принцип организации частей композиции для достижения равновесия - это ...</p> <p>А. пропорции Б. повторение В. ритм Г. баланс</p> <p>17. Композиционный центр...</p> <p>А. геометрический центр пространства листа Б. геометрический центр фотографии В. Место, куда сразу падает взгляд Г. Точка баланса между всеми элементами композиции</p> <p>18. При наложении основных цветов (красный, зеленый и синий) получается цвет...</p> <p>А. серый Б. желтый В. черный Г. белый</p> <p>19. Моделями описания различия цветовых оттенков являются...</p>	<p>ПК-3.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Повышенный 3-5 минут</p>
---	---	--

<p>A. RED Б. B-W В. Adobe Colors Г. CMYK 20. Маджента - А. аддитивный синтез цвета Б. цвет морской волны В. Черный цвет Г. цвет, получаемый от смешения красного и синего цвета</p>		
<p>Закончите предложения:</p> <p>..... – резка изображений из самоклеящихся виниловых пленок различных цветов с последующим нанесением на какую-либо основу (рекламный щит, витрина и т.д.) методом аппликации. Резка полностью автоматизирована и может производиться по кривым любой сложности.</p> <p>..... – наиболее распространенный вид наружной рекламы, достаточно эффективный и относительно недорогой. Одно- и двусторонние световые короба могут использоваться в рекламе как световые вывески, реклама на опорах электроосвещения, световые мониторы для размещения рекламных плакатов, крышные крупногабаритные рекламные установки.</p> <p>..... – козырьки и навесы с нанесенной на них рекламной информацией, размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений.</p> <p>..... – графическая, текстовая либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных и/или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих.</p>	<p>ПК-3.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Высокий 5-10 минут</p>

3.2.2. Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
<p>Прочитайте текст и выберите правильный ответ 21. Циан - ... А. аддитивный синтез цвета Б. цвет, получаемый от смешения красного и синего цвета В. Черный цвет</p>	<p>ПК-3.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3</p>	<p>Базовый 1-3 минуты</p>

<p>Г. цвет морской волны</p> <p>22. Коммуникативно-предметное поле – это:</p> <p>А. интерпертация "по установке"</p> <p>Б. коды и каналы коммуникации</p> <p>В. вещи, которые говорят</p> <p>Г. поле исследований коммуникации</p> <p>23. Метафорой называется...</p> <p>А. образное выражение, основанное на преувеличении</p> <p>Б. слово или выражение, употребленное в переносном значении</p> <p>В. образное выражение, основанное на усилении (как правило, втрое) какого-либо признака</p> <p>24. Идеографическое письмо- это...</p> <p>А. фонемы, которые обозначают отдельные звуки речи</p> <p>Б. римское классическое письмо - 1 века</p> <p>В. отдельные слова или целые понятия, выраженные символом</p> <p>25. Аддитивный синтез цвета ...</p> <p>А. белый цвет</p> <p>Б. смешение трех основных цветов</p> <p>В. получение цвета в результате вычитания отдельных спектральных составляющих из белого света</p> <p>26. Субтрактивный синтез цвета...</p> <p>А. черный или темно-серый цвет</p> <p>Б. суммарный синтез цвета</p> <p>В. получение цвета в результате вычитания отдельных спектральных составляющих из исходного света</p> <p>27. Колонтитул содержит:</p> <p>А. изображение, прямоугольно завершающее в верхнем правом углу полосы</p> <p>Б. название газеты, ее номер, дату</p> <p>В. крупный материал, размещенный вверху полосы и завершающий на всю ширину полосы</p> <p>28. Для письма стиля барокко характерно...</p> <p>А. уютный, домашний вид — как будто не буквы, а элементы мебельного гарнитура из гостиной</p> <p>Б. вычурный рисунок заглавной буквы</p> <p>В. обращение к природе, выработка на ее основе своих эстетических принципов</p> <p>29. Векторная графика – это...</p> <p>А. матрица фиксированного размера, состоящая из точек</p> <p>Б. основан на использовании геометрических примитивов, таких как точки, линии, сплайны и многоугольники</p> <p>В. геометрические примитивы, имеющие направление</p> <p>30. Антиква это:</p> <p>А. антикварный шрифт</p> <p>Б. греский капитальный шрифт</p>	<p>Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-7.5</p> <p>Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	
--	---	--

<p>В. классический шрифт, выполненный контуром, или орнаментированный</p>		
<p>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</p> <p>31. Типографика—это...</p> <p>А. работы в стиле ретро, гранж, 3D тексты</p> <p>Б. послепечатная подготовка текста в типографии</p> <p>В. предпечатная подготовка текста в типографии</p> <p>Г. графическое оформление печатного текста посредством набора и вёрстки с использованием норм и правил, специфических для данного языка</p> <p>32. Полиграфическая продукция включает в себя...</p> <p>А. сувениры</p> <p>Б. буклеты, плакаты, газеты</p> <p>В. дизайн сайта</p> <p>Г. Видеоролики</p> <p>33. Дизайн – это...</p> <p>А. проект, рисунок</p> <p>Б. обозначение контура явления, границы</p> <p>В. Идея</p> <p>34. Светотень создается:</p> <p>А. внешним источником света</p> <p>Б. тенью объектов</p> <p>В. светлыми и темными красками</p> <p>35. Символ, употребляемый для обозначения элемента маркированного списка называется маркер или ...</p> <p>А. номер</p> <p>Б. тире</p> <p>В. буллит</p> <p>36. Каждый элемент нужно зрительно связывать с другими элементами – это принцип...</p> <p>А. типографика</p> <p>Б. композиция</p> <p>В. выравнивание</p> <p>37 Можно ли использовать два рукописных шрифта на одной странице?</p> <p>А. Да</p> <p>Б. Нет</p> <p>В. Да, в некоторых случаях</p> <p>38. Белое (пустое) пространство, со всех сторон окруженное элементами страницы (текстом или фотографиями) называется...</p> <p>А. Основным</p> <p>Б. Открытым</p> <p>В. Замкнутым</p> <p>39. Ответьте, о каком принципе дизайна идет речь? Используйте этот принцип, чтобы избежать расположения на странице одинаковых элементов.</p>	<p>ПК-3.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Повышенный 3-5 минут</p>

<p>Если эти элементы: шрифт, цвет, размер, толщина штриха, контур, пробелы и т. д. - не означают одно и то же, их следует оформлять по-разному.</p> <p>А. Слияние Б. Композиция В. Насыщенность Г. Контраст</p> <p>40. Ответьте, верно ли утверждение? Шрифты надо скомбинировать так, чтобы их сочетание было очень привлекательным, пусть даже абсолютно нечитаемым?</p> <p>А. Да Б. Нет</p>		
<p>Определите стиль следующего отрывка</p> <p>Кейс 1 Используя примеры рекламных роликов, определите особенности создания телевизионной рекламы. Составьте таблицу преимуществ и недостатков телевидения как носителя рекламного сообщения.</p> <p>Кейс 2 Используя примеры, определите особенности создания журнальной рекламы. Составьте таблицу преимуществ и недостатков журнала как носителя рекламного сообщения.</p> <p>Кейс 3 Используя примеры, определите особенности создания интернет-рекламы. Составьте таблицу преимуществ и недостатков современного сетевого СМИ как носителя рекламного сообщения.</p> <p>Кейс 4 Найдите примеры удачных и неудачных рекламных кампаний. Опишите их. Представьте результаты в виде публичного выступления.</p>	<p>ПК-3.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Высокий 5-10 минут</p>

Темы для докладов

1. Роль рекламы в жизни общества (современное состояние).
2. История развития и эволюция рекламы.
3. Понятие и сущность рекламы. Виды рекламы.
4. Нормативно – правовая база рекламного бизнеса в России.
5. Организация рекламной деятельности на фирме.
6. Исследования рынка рекламы (на примере конкретного рынка).
7. Имиджевая реклама и ее составляющие.
8. Создание брендов.
9. Основные принципы построения рекламного обращения.

10. Психологические механизмы воздействия рекламы.
11. Использование в рекламе мотивов.
12. Стереотипы, влияющие на характеристики рекламы.
13. Значение цвета в рекламе.
14. Шрифт в рекламе. Виды шрифтов.
15. Роль и место рекламы в прессе. Ее виды.
16. Методы НЛП в рекламе.
17. Основные характеристики печатных средств массовой информации.
18. Содержание и оформление рекламного объявления.
19. Значение и особенности радио – рекламы.
20. Телевизионная реклама: особенности, виды, приемы создания.
21. Прямая почтовая реклама и ее преимущества.
22. Реклама на выставках. Цели и задачи участия в выставках
23. Планирование и организация рекламной кампании.
24. Реклама на месте продаж как важный инструмент стимулирования продаж.
25. Планирование рекламного бюджета: факторы, методы.
26. Способы и приемы оценки эффективности рекламы.
27. Наружная реклама. Требования к размещению наружной рекламы.
28. Рекламные агентства и их структура.
29. Социальная и политическая реклама.
30. Понятие «паблик рилейшинз» и его составляющие

3.3. Вопросы промежуточной аттестации, формирование компетенций ПК-3.1; ПК-7.3; ПК-7.5

1. Рекламная отрасль экономики. Понятие рекламного продукта.
 2. Понятие рекламного обращения.
 3. Основные этапы процесса разработки и производства рекламного обращения.
- Модели рекламного воздействия.
4. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, их использование в рекламной аргументации.
 5. Рациональные и эмоциональные мотивы. Уровни рекламного воздействия.
 6. Форма рекламного сообщения: тон и устойчивые стилевые решения.
 7. Текстовая структура рекламного обращения: типы, основные элементы, принципы разработки.
 8. Соотношение текста и иллюстрации в рекламном обращении. Правила изобразительного оформления рекламного обращения.
 9. Понятие функциональности рекламного обращения. Приемы увеличения функциональности рекламы.
 10. Выразительные средства речи в рекламе.
 11. Понятие слогана. Виды слогана. Метафоры, сравнения, аналогии, аллегории, используемые в слоганах. Функции слоганов.
 12. Методика создания слоганов. Манипулятивные приемы при разработке слоганов.
 13. Маркетинговая информация о товаре. Внутренние маркетинговые параметры и художественные параметры.
 14. Семиотический треугольник в рекламе и семиотика в рекламе. 5 основных типов представления о предмете и их роль в рекламном креативе.
 15. Прием парцеллирования. Сегментированная конструкция рекламного сообщения.

16. Вовлеченность и запоминаемость слогана. Оценка эффективности слогана. Критерии оценки эффективности слогана.
17. Понятие креатива в рекламе. Виды креатива в рекламе.
18. Творческая составляющая создания рекламного сообщения. Разновидности креатива в рекламе.
19. Творческая идея как основа рекламного обращения.
20. Гениальная творческая идея (BigIdea). Характеристики большой идеи, отличающие ее от посредственной.
21. Технологии создания креатива. Этапы разработки креативной идеи.
22. Функции творческого работника в рекламном агентстве. Критерии оценки рекламной идеи.
23. Основы операторского искусства и сценарного мастерства.
24. Режиссерский сценарий телерекламы. Раскадровка рекламного ролика (сториборд).
25. Графика: рисунок, чертеж, орнамент в рекламе. Пути создания знака.
26. Фотографика в рекламе. Задача фотоизображения в рекламе. Формы фотопроизведения для рекламы. Выразительность фотографии в рекламе.
27. Типографика и обработка текстовой информации. Понятие текстовой информации, текстового документа и обработки текстовой информации.
28. Документальный источник (документ). Информационные данные в рекламе.
29. Верстка: процесс обработки текстовой и иллюстрационной информации. Технологии копирайтинга в рекламе.
30. Цвета, используемые в рекламе категорий продуктов. Популярные цвета в рекламе.
31. Цветовые решения в современной рекламе: цветовые подборки, цветовые сочетания.
32. Сочетаемые и несочетаемые цвета в рекламе. «Запрещенные» цветовые решения в рекламе. Принципы подбора цветов для рекламного сообщения на различных носителях.
33. Особенности создания телевизионной рекламы. Телевидение как носитель рекламного сообщения: преимущества и недостатки.
34. Форматы рекламы на телевидении. Виды рекламных роликов.
35. Особенности создания радиорекламы. Радиовещание как носитель рекламного сообщения: преимущества и недостатки.
36. Форматы рекламы на радио. Виды рекламных роликов на радио.
37. Особенности создания журнальной рекламы. Пространство современного журнала как носитель рекламного сообщения: преимущества и недостатки.
38. Особенности создания газетной рекламы. Пространство современной газеты как носитель рекламного сообщения: преимущества и недостатки.
39. Особенности создания интернет-рекламы. Пространство современного сетевого СМИ как носитель рекламного сообщения: преимущества и недостатки.
40. Особенности создания наружной рекламы. Пространство города как носитель рекламного сообщения: преимущества и недостатки. Форматы наружной рекламы.
41. Планирование рекламной кампании или стимулирования сбыта. Понятие и виды рекламных кампаний. Бриф на разработку рекламной кампании.
42. Принципы составления брифа. Этапы рекламной кампании.
43. Эффекты рекламной кампании. Стратегия и тактика рекламной кампании.
44. Оценка эффективности рекламной кампании.
45. Методы оценки эффективности рекламной кампании.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений,

навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

№ п/п	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	<p>Зачет с оценкой</p> <p>ПК-3.1; ПК-7.3; ПК-7.5</p>	<p>При подготовке к зачету с оценкой необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рабочую программу дисциплины, нормативную, основную и дополнительную учебную литературу. Основное в подготовке к сдаче зачета с оценкой - это повторение всего материала дисциплины. При подготовке к сдаче зачета с оценкой обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету с оценкой, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. В период подготовки к зачету с оценкой обучающийся вновь обращается к уже изученному (пройденному) учебному материалу. Подготовка обучающегося к зачету с оценкой включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету с оценкой по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах (тестах) зачета с оценкой. Зачет с оценкой проводится по вопросам (тестам), охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения.</p>	<p>1 «Отлично» Приводит точные определения основных понятий, правильно раскрывает содержание категорий. Доказательно объясняет закономерности развития, раскрывает причинно-следственные связи. Демонстрирует полную самостоятельность суждений по отдельным проблемам. Аргументирует авторскую позицию в полной мере. Раскрывает на примерах изученные теоретические положения. Демонстрирует глубокие и прочные знания в системе междисциплинарных связей. Правильно раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью.</p> <p>2.«Хорошо» Допускает некоторые неточности при определении основных понятий и раскрытии содержания категорий. Допускает незначительные неточности при объяснении закономерностей развития, раскрытии причинно-следственных связей. Демонстрирует значительную самостоятельность суждений по отдельным проблемам. Аргументирует авторскую позицию в значительной степени. Допускает ошибки в примерах по изученным теоретическим положениям. Допускает неточности при интеграции знаний из междисциплинарных областей.</p>

			<p>Допускает некоторые неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью. Допускает существенные неточности или использует недостаточно правильные формулировки основных категорий.</p> <p>3.»Удовлетворительно» Допускает существенные неточности при объяснении закономерностей развития, раскрытии причинно-следственных. Связей. Демонстрирует частичную самостоятельность суждений по отдельным проблемам.. Слабо аргументирует авторскую позицию. Испытывает затруднения при иллюстрации примерами теоретических положений. Испытывает затруднения при интеграции знаний из междисциплинарных областей. Допускает существенные неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью</p> <p>4. «Не удовлетворительно» Не раскрывает содержания категорий. Отсутствует объяснение закономерностей развития, раскрытие причинно-следственных связей. Суждения по отдельным проблемам отсутствуют. Аргументация отсутствует. Примеры отсутствуют. Не использует знания из междисциплинарных областей. Не раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью</p>
2.	Тестирование ПК-3.1; ПК-7.3; ПК-7.5	Полнота знаний теоретического контролируемого материала. Количество правильных ответов	«отлично» - процент правильных ответов => 80%; «хорошо» - процент правильных ответов

			<p>= > 65%;</p> <p>«удовлетворительно» - процент правильных ответов = > 50%;</p> <p>«неудовлетворительно» - процент правильных ответов < 50%.</p>
--	--	--	--

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Исключение составляет устный опрос, который может проводиться в начале или конце лекции в течение 15-20 мин. с целью закрепления знаний терминологии по дисциплине. При оценке компетенций принимается во внимание формирование профессионального мировоззрения, определенного уровня включённости в занятия, рефлексивные навыки, владение изучаемым материалом.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

Текущая аттестация обучающихся. Текущая аттестация обучающихся по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО МПСУ и является обязательной.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся и осуществляется преподавателем дисциплины.

Объектами оценивания выступают:

- 1) учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- 2) степень усвоения теоретических знаний в качестве «ключей анализа»;
- 3) уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- 4) результаты самостоятельной работы (изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных обучающимся работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

Кроме того, оценивание обучающегося проводится на текущем контроле по дисциплине. Оценивание обучающегося на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание обучающегося носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период с выставлением оценок в ведомости.

Промежуточная аттестация обучающихся. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО «МПСУ» и является обязательной.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в виде **зачета с оценкой** в период зачётно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения.

Обучающиеся допускаются к зачету с оценкой в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Оценка знаний обучающегося на зачёте с оценкой определяется его учебными достижениями и результатами текущего контроля знаний и выполнением им заданий.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой дисциплины.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму и др.
Индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний студентов; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию исследовательских умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети Интернет; конспектирование источников; реферирование источников; составление аннотаций к прочитанным литературным источникам; составление рецензий и отзывов на прочитанный материал; составление обзора публикаций по теме; составление и разработка терминологического словаря; составление хронологической таблицы; составление библиографии (библиографической картотеки); подготовка к различным формам текущей и промежуточной

	<p>аттестации (к тестированию, зачету, экзамену); выполнение домашних контрольных работ; самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тесты; выполнение творческих заданий). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и зала кодификации; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; аудитории (классы) для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Контроль самостоятельной работы предусматривает:</p> <ul style="list-style-type: none"> • соотнесение содержания контроля с целями обучения; объективность контроля; • валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить); • дифференциацию контрольно-измерительных материалов. <p>Формы контроля самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; • организация самопроверки, • взаимопроверки выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии; • проведение письменного опроса; • проведение устного опроса; • организация и проведение индивидуального собеседования; организация и проведение собеседования с группой; • защита отчетов о проделанной работе.
Опрос	<p>Опрос - это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выявление объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Проблематика, выносимая на опрос определена в заданиях для самостоятельной работы обучающегося, а также может определяться преподавателем, ведущим семинарские занятия. Во время проведения опроса обучающийся должен уметь обсудить с преподавателем соответствующую проблематику на уровне диалога.</p>
Коллоквиум	<p>Коллоквиум (от латинского colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий, беседа преподавателя с учащимися на определенную тему из учебной программы. Цель проведения коллоквиума состоит в выяснении уровня знаний, полученных учащимися в результате прослушивания лекций, посещения семинаров, а также в результате самостоятельного изучения материала. В рамках поставленной цели решаются следующие задачи:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • выяснение качества и степени понимания учащимися лекционного материала; • развитие и закрепление навыков выражения учащимися своих мыслей; • расширение вариантов самостоятельной целенаправленной подготовки учащихся; • развитие навыков обобщения различных литературных источников; • предоставление возможности учащимся сопоставлять разные точки зрения по рассматриваемому вопросу. <p>В результате проведения коллоквиума преподаватель должен иметь представление:</p> <ul style="list-style-type: none"> • качестве лекционного материала; • сильных и слабых сторонах своей методики чтения лекций; • сильных и слабых сторонах своей методики проведения семинарских занятий; • об уровне самостоятельной работы учащихся; • об умении обучающихся вести дискуссию и доказывать свою точку зрения; • степени эрудированности учащихся; • степени индивидуального освоения материала конкретными обучающимися. <p>В результате проведения коллоквиума обучающийся должен иметь представление:</p> <ul style="list-style-type: none"> • об уровне своих знаний по рассматриваемым вопросам в соответствии с требованиями преподавателя и относительно других студентов группы; • недостатках самостоятельной проработки материала; • своем умении излагать материал; • своем умении вести дискуссию и доказывать свою точку зрения. <p>В зависимости от степени подготовки группы можно использовать разные подходы к проведению коллоквиума. В случае, если большинство группы с трудом воспринимает содержание лекций и на практических занятиях демонстрирует недостаточную способность активно оперировать со смысловыми единицами и терминологией курса, то коллоквиум можно разделить на две части. Сначала преподаватель излагает базовые понятия, содержащиеся в программе. Это должно занять не более четверти занятия. Остальные три четверти необходимо посвятить дискуссии, в ходе которой обучающиеся должны убедиться и, главное, убедить друг друга в обоснованности и доказательности полученного видения вопроса и его соответствия реальной практике. Если же преподаватель имеет дело с более подготовленной, самостоятельно думающей и активно усваивающей смысловые единицы и терминологию курса аудиторией, то коллоквиум необходимо провести так, чтобы сами обучающиеся сформулировали изложенные в программе понятия, высказали несовпадающие точки зрения и привели практические примеры. За преподавателем остается роль модератора (ведущего дискуссии), который в конце «лишь» суммирует совместно полученные результаты.</p>
Тестирование	<p>Контроль в виде тестов может использоваться после изучения каждой темы курса. Итоговое тестирование можно проводить в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> • компьютерного тестирования, т.е. компьютер произвольно выбирает вопросы из базы данных по степени сложности; • письменных ответов, т.е. преподаватель задает вопрос и дает несколько вариантов ответа, а обучающийся на отдельном листе записывает номера вопросов и номера соответствующих ответов.

	<p>Для достижения большей достоверности результатов тестирования следует строить текст так, чтобы у обучающихся было не более 40 – 50 секунд для ответа на один вопрос. Итоговый тест должен включать не менее 60 вопросов по всему курсу. Значит, итоговое тестирование займет целое занятие.</p>
<p>Подготовка к зачету с оценкой</p>	<p>При подготовке к зачету с оценкой необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче зачета с оценкой – это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать зачет с оценкой. При подготовке обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка включает в себя три этапа:</p> <ul style="list-style-type: none"> • самостоятельная работа в течение семестра; • непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачёту по темам курса; • подготовка к ответу на задания, содержащиеся в билетах (тестах) зачета с оценкой. <p>Для успешной сдачи зачета с оценкой обучающиеся должны принимать во внимание, что:</p> <ul style="list-style-type: none"> • все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; • указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы студентом; • семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, успешной сдаче зачета с оценкой; • готовиться к зачету с оценкой необходимо начинать с первой лекции и первого семинара.

Составитель: Матвеева Инна Петровна, канд. социол. наук, доцент кафедры организационной психологии и психологии труда



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский психолого-социальный университет»

Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)
Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

КЛЮЧИ ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ К ФОНДУ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине:

«ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере»

Форма обучения: очная

Москва
2025 год

ОТВЕТЫ К ТЕСТУ:

1. В
2. А
3. Б
- 4.Б
5. А
6. В
7. Б
8. А
9. Б
- 10.В
11. А
12. А
13. А
14. Б
- 15.А
16. Б
17. Г
18. В
19. Г
20. Б
21. Б
22. В
23. Б
24. А
25. Б
26. В
27. Б
28. Б
- 29.А
30. В
31. А
32. Б
33. А
- 34.В
35. В
36. В
37. А
38. А
39. В
40. Б