

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.09.2026 10:31:19
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании Высшей школы дизайна и
искусства

Протокол от 27.05.2024 г № 10

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине

«Дизайн в современной рекламе»

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата

«Реклама и связи с общественностью»

наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Фомина Э.В., доцент Высшей школы дизайна и
искусства, к.иск,

ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

1. Паспорт фонда оценочных средств (далее – ФОС)

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
ПК-4	Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет творческий подход, инициативу

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знает: Основы рекламных технологий. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Умеет: Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории.

Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов.

Выбирать оптимальные способы решения проектной задачи. Обосновывать свои предложения на основе научного анализа.

Владеет: Методами проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. Информацией, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Определяет композиционными приемами и стилистическими особенностями проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Подготавливает графические материалы для передачи в производство.

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	Тема 1. Понятие и виды рекламы.	ПК-4
2	Тема 2. История рекламы.	
3	Тема 3. Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг.	
4	Тема 4. Формирование рекламного образа. Вербальные элементы рекламы. Визуальные элементы рекламы	
5	Тема 5. Средства распространения рекламы. Эффективность рекламы.	
6	Тема 6. Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов.	

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен проходит в форме просмотра и оценки практических работ/заданий, выполненных за семестр и по результатам накопительного рейтинга.

Шкала оценки уровня сформированности компетенций		Шкала оценки уровня освоения дисциплины	
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл
Допороговый	Ниже 61	Ниже 61	«неудовлетворительно» / не зачтено
Пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / зачтено
		70-85,9	«хорошо» / зачтено
Повышенный	86-100	86-100	«отлично» / зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы для подготовки к экзамену

№	Содержание вопроса
	ПК-4. Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями
1.	Что такое «реклама»?
2.	Какие задачи выполняет реклама?
3.	Какие функции выполняет реклама?
4.	В чем заключается экономическая функция рекламы?
5.	В чем заключается социальная функция рекламы?
6.	В чем заключается маркетинговая функция рекламы?
7.	В чем заключается коммуникационная функция рекламы?
8.	Каких участников процесса передачи рекламного сообщения Вы знаете?
9.	На какие виды по методам воздействия подразделяется реклама?
10.	Что такое «рациональная реклама»?
11.	Что такое «эмоциональная реклама»?
12.	Что такое «медийная реклама»?
13.	Какие виды медийной рекламы Вы знаете?
14.	Какие виды немедийной рекламы Вы знаете?
15.	На какие основные группы можно поделить рекламу в соответствии с областью ее распространения?
16.	Что такое «коммерческая реклама»?
17.	Какие виды коммерческой рекламы Вы знаете?
18.	Какие виды коммерческой товарной рекламы Вы знаете?
19.	Какие виды коммерческой нетоварной рекламы Вы знаете?
20.	Что такое «некоммерческая реклама»?
21.	Какие виды некоммерческой рекламы Вы знаете?
22.	Что такое «политическая реклама»?
23.	Что такое «социальная реклама»?
24.	Что такое «конфессиональная реклама»?
25.	Что такое «государственная реклама»?
26.	Какие виды рекламы в зависимости от цели Вы знаете?
27.	Что изучает психология рекламы?
28.	Какие элементы, задействованные в процессе достижения рекламной цели, Вы знаете?
29.	Что такое «целевая аудитория»?
30.	Что включает в себя понятие «рекламодатель»?
31.	Что такое «концепция рекламного послания»?
32.	Что такое «рекламный продукт»?
33.	Что включает в себя понятие «рекламоноситель»?
34.	Что такое «рекламные агентства»?
35.	Что включает в себя структура рекламного сообщения?
36.	Что такое «слоган»?
37.	Что такое «заголовок» в рекламном сообщении?
38.	Какова функция заголовка в рекламном сообщении?
39.	Какие типы заголовков в рекламе Вы знаете?
40.	Из чего состоит основной текст рекламного сообщения?
41.	Что такое «эхо-фраза» в рекламном сообщении?
42.	Какие основные задачи решаются с помощью цвета в рекламе?

№	Содержание вопроса
43.	Какие функции в рекламе выполняет цвет?
44.	Что такое «товар»?
45.	Что такое «реальные свойства товара»?
46.	Что такое «фирменный стиль»?
47.	Что такое «бренд»?
48.	Что такое «брендинг»?
49.	Что такое «рекламный образ»?
50.	Что включает в себя вербальный компонент рекламного сообщения?
51.	Что включает в себя визуальный компонент рекламного сообщения?
52.	Что такое «эффективность рекламы»?
53.	Что такое «маркетинг»?
54.	Что такое «рекламная кампания»?
55.	Является ли реклама элементом маркетинга?
56.	Какими характеристиками рекламный образ значительно отличается от рекламного текста?
57.	Какими основными характеристиками должен обладать рекламный образ?
58.	Какие основные задачи решаются с помощью рекламного образа?
59.	Что такое «методы рекламного воздействия»?
60.	С чем связано появление рекламы?
61.	Когда появилась реклама?
62.	С чем связано широкое распространение рекламы в XX веке?
63.	Какие отличительные черты имеет реклама «ambient media»?
64.	Какие элементы фирменного стиля Вы знаете?
65.	Какие этапы создания рекламного сообщения Вы знаете?
66.	Что включает в себя этика рекламы?
67.	Что такое «недобросовестная реклама»?
68.	Что такое «недостоверная реклама»?
69.	Что такое «неэтичная реклама»?
70.	Что такое «рекламная фотография»?
71.	Какие виды рекламной фотографии выделяют в сфере маркетинга?
72.	Что такое «визуальная коммуникация»?
73.	Что такое «наружная реклама»?
74.	Какие виды наружной рекламы Вы знаете?
75.	Какие преимущества наружной рекламы Вы знаете?
76.	Какие недостатки наружной рекламы Вы знаете?
77.	Какие виды телевизионной рекламы Вы знаете?
78.	Какие преимущества телевизионной рекламы Вы знаете?
79.	Какие недостатки телевизионной рекламы Вы знаете?
80.	Какие виды рекламы в интернете Вы знаете?
81.	Какие преимуществами обладает интернет-реклама?
82.	Какими недостатками обладает интернет-реклама?
83.	Что такое «печатная (полиграфическая) реклама»?
84.	Какие виды печатной (полиграфической) рекламы Вы знаете?
85.	Что такое «рекламный буклет»?
86.	Что такое «рекламный плакат»?
87.	Что такое «каталог»?
88.	Что такое «листовка» или «флайер»?
89.	Какими преимуществами обладает печатная реклама?
90.	Какими недостатками обладает печатная реклама?
91.	Что такое «реклама на транспорте»?

№	Содержание вопроса
92.	Какими преимуществами обладает реклама на транспорте?
93.	Какими недостатками обладает реклама на транспорте?
94.	Какие виды сувенирной рекламы Вы знаете?
95.	Какими преимуществами обладает сувенирная реклама?
96.	Какими недостатками обладает сувенирная реклама?
97.	Какую рекламу можно считать эффективной?
98.	Что такое «экономическая эффективность рекламы»?
99.	Что такое «коммуникативная эффективность рекламы»?
100.	Какие критерии выбора средства распространения рекламы Вы знаете?

3. «Ключи» правильных ответов к заданиям

«Ключи» правильных ответов к заданиям открытого типа приводятся только при подготовке образовательной программы к процедуре государственной аккредитации в качестве Приложения к оценочным материалам по дисциплине.