

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.08.2024 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 Ученого совета
Высшей школы туризма и социальных технологий

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

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

«Современные рекламные и PR-технологии»

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе

бакалавриата

бакалавриата, специалитета,
магистратуры

«Реклама и связи с общественностью»

наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель

Калинина Д.С.,
старший преподаватель Высшей школы туризма и
социальных технологий

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

Тольятти
2024

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-3	Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы	ИПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования ИПК-3.2. Использует современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта ИПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
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-4.2. Работает с большими объемами информации; осуществляет мониторинг появления необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках ИПК-4.3. Владеет программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет творческий подход, инициативу

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- сущность и содержание основных рекламных и PR-технологий
- специфику и возможные области применения базовых инструментов рекламы и PR
- содержание и специфику подбора рекламных и PR-технологий для осуществления коммуникационных взаимодействий с целевыми аудиториями

Уметь:

- разрабатывать основные мероприятия по планированию и применению рекламных и PR- технологий
- использовать современные рекламные и PR-технологии и тренды в решении профессиональных задач
- пользоваться программным обеспечением и техническими средствами для решения профессиональных задач

- вести подготовку различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций

Владеть:

- навыками использования современных рекламных и PR-технологий в работе с различными целевыми группами
- навыками адаптации к различным профессиональным ситуациям
- навыками регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	Тема 1. Реклама и СМИ	ПК-3 ПК-4
2	Тема 2. Реклама в офлайн-пространстве	
3	Тема 3. Реклама в сети Интернет	
4	Тема 4. Информационный PR	
5	Тема 5. Специальные мероприятия в PR	
6	Тема 6. Особенности PR в сети Интернет	

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Шкала оценки уровня сформированности компетенций		Шкала оценки уровня освоения дисциплины	
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	недифференцированная оценка
Допороговый	ниже 61	ниже 61	не зачтено
Пороговый	61-85,9	61-69,9	зачтено
		70-85,9	зачтено
Повышенный	86-100	86-100	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в ходе текущего контроля успеваемости (в процессе проведения практических занятий, тестирования, опросов).

В ходе проведения зачета осуществляется итоговый контроль и оценка результатов освоения компетенций.

Вопросы для подготовки к зачету

№	Содержание вопроса
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы	
1.	Реклама в прессе
2.	Телевизионная реклама
3.	Радиореклама
4.	Наружная реклама
5.	Indoor-реклама
6.	Печатная реклама
7.	Сувенирная реклама (брендинг)
8.	Событийная реклама (event)
9.	Пресс-релиз
10.	Пост-релиз
11.	Пресс-кит
12.	Медиа-кит
13.	Пресс-досье
14.	Бэкграундер
15.	Клиппинг
16.	Сторителлинг
17.	Life Placement
18.	Слухи в PR
19.	Событие и event: общее и особенное
20.	Публичные мероприятия
21.	Мероприятия для прессы
22.	Мероприятия для внутренней целевой аудитории
23.	Мероприятия для внешней целевой аудитории
ПК-4. Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	
24.	Контекстная реклама
25.	Баннерная реклама
26.	Таргетированная реклама
27.	Ремаркетинг/ретаргетинг
28.	Тизерная реклама
29.	Видеореклама
30.	Аудиореклама
31.	Push-уведомления
32.	Окна pop-up
33.	Мобильная реклама
34.	Реклама у блогеров и лидеров мнений
35.	Реклама в email-рассылках
36.	Интернет как канал PR
37.	Корпоративный сайт
38.	PR в блогах, форумах

39.	PR в социальных сетях
40.	PR в мессенджерах
41.	Вирусный PR
42.	Тизерный PR