

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Выборнова Лариса Александровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 31.08.2026 09:30:55  
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 туризма и социальных технологий  
Протокол от 26.08.2024 г. № 1

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

«Создание продукта в PR и рекламе»  
наименование дисциплины  
по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата  
бакалавриата,  
специалитета, магистратуры

«Информационные системы и технологии»  
наименование образовательной программы

09.03.02 «Информационные системы и технологии»  
шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Кораблева О.В. доцент, высшая школа туризма и социальных технологий, к.с.н., доцент  
ФИО, должность, структурное подразделение, ученая степень, ученое звание

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

### 1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

| Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                                                    | Код и наименование индикаторов достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-6            | Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | ИУК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития, образовательного и профессионального роста; подбирает способы решения и средства развития, в том числе в цифровой среде<br>ИУК-6.2. Владеет технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни |

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

**владеть:**

- навыками авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- навыками применения современных рекламных и коммуникативных технологий для подготовки контента для рекламы и связей с общественностью;

**уметь:**

- создавать тексты для рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;
- учитывать специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося опыта в профессиональной деятельности;
- использовать современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов для рекламы и связей с общественностью;

**знать:**

- современные рекламные и коммуникационные технологии;
- содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента;
- специфику разных типов медиа;
- технологии создания сценариев специальных мероприятий в рамках рекламной или PR-кампании;
- средства подготовки продуктов для рекламы и связей с общественностью.

### 1.2. Содержание дисциплины

| № | Тема (раздел дисциплины)<br>(в соответствии с РПД) | Компетенция |
|---|----------------------------------------------------|-------------|
| 1 | Тема 1. Специфика создания продукта в PR           | УК-6        |
| 2 | Тема 2. Специфика создания продукта в рекламе      | УК-6        |
| 3 | Тема 3. PR и реклама в интернете                   | УК-6        |
| 4 | Тема 4. Видео- и аудиореклама                      | УК-6        |
| 5 | Тема 5. Транзитная и наружная реклама              | УК-6        |
| 6 | Тема 6. Печатная реклама                           | УК-6        |

### 1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.  
Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет.

| 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                                 | «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

### Перечень вопросов и заданий для подготовки к зачету

**УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни**

1. Понятие и виды PR-стратегии.
2. Составляющие PR-стратегии.
3. Виды материалов для медиа.
4. Понятие пресс-релиза.
5. Структура пресс-релиза.
6. Разработка пресс-релиза.
7. PR-текст и его цели и задачи.
8. Правила создания PR-текста.
9. Художественно-изобразительные средства в PR-материалах.
10. Специфика создания PR-материалов для социальных медиа.
11. Понятие ньюсмейкинга.
12. Технологии ньюсмейкинга.
13. Понятие имиджмейкинга.
14. Технологии имиджмейкинга.
15. Цели и задачи специального мероприятия как PR-продукта.
16. Виды специальных мероприятий.
17. Сценарная основа специального мероприятия.
18. Информационный повод как понятие.
19. Способы использования инфоповода в PR.
20. Бриф как понятие. Виды брифа.
21. Основное содержание брифа.
22. Рекламный слоган и его функции.
23. Правила создания брифа.
24. Понятие рекламной идеи.
25. Способы поиска креативной идеи.
26. Этапы разработки рекламного контента.
27. Виды рекламных обращений.
28. Формы рекламных обращений.
29. Основное содержание рекламного сообщения.
30. Текст как средство рекламирования: цели и задачи.
31. Правила создания текста в рекламе.
32. Принципы редактирования текста.

33. Структура и композиция текста в рекламе.
34. Художественно-изобразительные средства в рекламе.
35. Особенности разработки и производства контента для интернета.
36. Реклама в социальных сетях: виды, способы размещения.
37. Специфика создания рекламы для социальных медиа.
38. Сайт как средство продвижения.
39. Структура имиджевого сайта.
40. Текстовые средства создания сайта.
41. Графические средства создания сайта.
42. Понятие «нативная реклама».
43. Специфика создания нативной рекламы.
44. Вирусный контент как понятие.
45. Специфика создания вирусного контента.
46. Поисковая оптимизация как понятие.
47. Способы поисковой оптимизации.
48. Понятие и виды телерекламы.
49. Особенности разработки и производства телерекламы.
50. Понятие и виды аудиорекламы.
51. Особенности разработки и производства аудиорекламы.
52. Понятие и разнообразие транзитной рекламы.
53. Особенности разработки и производства транзитной рекламы.
54. Понятие и разнообразие наружной рекламы.
55. Особенности разработки и производства наружной рекламы.
56. Рекламная полиграфическая продукция: понятие, виды, цель и задачи.
57. Особенности разработки и производства рекламной полиграфической  
продукции.
58. Реклама в периодической печати: понятие, виды, цель и задачи.
59. Особенности разработки и производства рекламы в печати.
60. Понятие и оценка эффективности PR и рекламы.