

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.10.2026 09:50:04
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

«PR-технологии в дизайне»

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата

«Мода и дизайн»

наименование образовательной программы

54.03.03 «Искусство костюма и текстиля»

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

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
ОПК-5	Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях	ИОПК-5.1. Создает необходимое информационное поле в ходе работы над дизайн-проектом, используя эффективные методы и средства коммуникаций ИОПК-5.2. Участвует в деятельности профессионального сообщества, направленной на повышение творческого потенциала отрасли ИОПК-5.3. Осуществляет презентацию результатов исследовательской и проектной деятельности в соответствии с актуальными отраслевыми требованиями
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1. Понимает роль цифровой культуры в информационном обществе и профессиональной деятельности; знает современные информационные технологии и программные средства, возможности их использования профессиональной деятельности ИОПК-6.2. Применяет современные информационные технологии и программные средства при решении задач профессиональной деятельности

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знает: основы PR-технологий в профессиональной деятельности, компьютерное программное обеспечение, используемое в PR основы работы мультимедийного ПО, необходимого в PR-деятельности

Умеет: анализировать информацию, необходимую в профессиональной деятельности; обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений с учетом PR-технологий, применять мультимедийные технологии для реализации PR- и дизайн-проектов в профессиональной деятельности.

Владеет: навыками визуальной культуры, художественно-образного и аналитического мышления в профессиональной деятельности; навыками экспериментального развития PR-технологий; навыками презентаций результатов PR-деятельности в соответствии с актуальными отраслевыми требованиями, навыками использования мультимедиа при решении PR-задач в профессиональной деятельности.

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	ТЕМА 1. Связи с общественностью: понятие и виды	ОПК-5 ОПК-6
2	ТЕМА 2. Дизайн и PR-технологии	

1.3. Система оценивания по дисциплине

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

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85.9	61-69.9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
		70-85.9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы для подготовки к зачету

№	Содержание вопроса
	ОПК-5. Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях
1.	Что такое PR (public relations)?
2.	Перечислите основные задачи PR?
3.	Какие виды PR по направленности Вы знаете?
4.	Какие виды PR по эмоциональной окраске Вы знаете?
5.	Что такое «социальный PR»?
6.	Что такое «корпоративный PR»?
7.	Что такое «черный PR»?
8.	Что такое «зеленый PR»?
9.	Чем отличается PR от рекламы?
10.	Что такое «реклама»?
11.	Какие задачи выполняет реклама?
12.	Какие функции выполняет реклама?
13.	В чем заключается экономическая функция рекламы?
14.	В чем заключается социальная функция рекламы?
15.	В чем заключается маркетинговая функция рекламы?
16.	В чем заключается коммуникационная функция рекламы?
17.	Каких участников процесса передачи рекламного сообщения Вы знаете?
18.	На какие виды по методам воздействия подразделяется реклама?
19.	Что такое «рациональная реклама»?
20.	Что такое «эмоциональная реклама»?
21.	Что такое «медийная реклама»?
22.	Какие виды медийной рекламы Вы знаете?
23.	Какие виды немедийной рекламы Вы знаете?
24.	На какие основные группы можно поделить рекламу в соответствии с областью ее распространения?
25.	Что такое «коммерческая реклама»?
26.	Какие виды коммерческой рекламы Вы знаете?
27.	Какие виды коммерческой товарной рекламы Вы знаете?
28.	Какие виды коммерческой нетоварной рекламы Вы знаете?
29.	Что такое «некоммерческая реклама»?
30.	Какие виды некоммерческой рекламы Вы знаете?
31.	Что такое «политическая реклама»?
32.	Что такое «социальная реклама»?

№	Содержание вопроса
33.	Что такое «конфессиональная реклама»?
34.	Что такое «государственная реклама»?
35.	Какие виды рекламы в зависимости от цели Вы знаете?
36.	Что такое «наружная реклама»?
37.	Какие виды наружной рекламы Вы знаете?
38.	Какие преимущества наружной рекламы Вы знаете?
39.	Какие недостатки наружной рекламы Вы знаете?
40.	Какие виды телевизионной рекламы Вы знаете?
41.	Какие преимущества телевизионной рекламы Вы знаете?
42.	Какие недостатки телевизионной рекламы Вы знаете?
43.	Какие виды рекламы в интернете Вы знаете?
44.	Какие преимуществами обладает интернет-реклама?
45.	Какими недостатками обладает интернет-реклама?
46.	Что такое «печатная (полиграфическая) реклама»?
47.	Какие виды печатной (полиграфической) рекламы Вы знаете?
48.	Какими преимуществами обладает печатная реклама?
49.	Что такое «реклама на транспорте»?
50.	Какими преимуществами обладает реклама на транспорте?
51.	Какие виды сувенирной рекламы Вы знаете?
52.	Какими преимуществами обладает сувенирная реклама?
	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
53.	Что изучает психология рекламы?
54.	Какие элементы, задействованные в процессе достижения рекламной цели, Вы знаете?
55.	Что такое «целевая аудитория»?
56.	Что включает в себя понятие «рекламодатель»?
57.	Что такое «концепция рекламного послания»?
58.	Что такое «рекламный продукт»?
59.	Что включает в себя понятие «рекламоноситель»?
60.	Что такое «рекламные агентства»?
61.	Что включает в себя структура рекламного сообщения?
62.	Что такое «слоган»?
63.	Что такое «заголовок» в рекламном сообщении?
64.	Какова функция заголовка в рекламном сообщении?
65.	Какие типы заголовков в рекламе Вы знаете?
66.	Из чего состоит основной текст рекламного сообщения?
67.	Что такое «эхо-фраза» в рекламном сообщении?
68.	Какие основные задачи решаются с помощью цвета в рекламе?
69.	Какие функции в рекламе выполняет цвет?
70.	Что такое «товар»?
71.	Что такое «реальные свойства товара»?
72.	Что такое «фирменный стиль»?
73.	Что такое «бренд»?
74.	Что такое «брендинг»?
75.	Что такое «рекламный образ»?
76.	Что включает в себя вербальный компонент рекламного сообщения?
77.	Что включает в себя визуальный компонент рекламного сообщения?
78.	Что такое «эффективность рекламы»?
79.	Что такое «маркетинг»?
80.	Что такое «рекламная кампания»?
81.	Является ли реклама элементом маркетинга?
82.	Какими характеристиками рекламный образ значительно отличается от рекламного текста?
83.	Какими основными характеристиками должен обладать рекламный образ?

№	Содержание вопроса
84.	Какие основные задачи решаются с помощью рекламного образа?
85.	Что такое «методы рекламного воздействия»?
86.	С чем связано появление рекламы?
87.	Когда появилась реклама?
88.	Какую рекламу можно считать эффективной?
89.	Что такое «экономическая эффективность рекламы»?
90.	Что такое «коммуникативная эффективность рекламы»?
91.	Какие критерии выбора средства распространения рекламы Вы знаете?
92.	С чем связано широкое распространение рекламы в XX веке?
93.	Какие этапы создания рекламного сообщения Вы знаете?
94.	Что включает в себя этика рекламы?
95.	Что такое «недостоверная реклама»?
96.	Что такое «неэтичная реклама»?
97.	Что такое «рекламная фотография»?
98.	Какие виды рекламной фотографии выделяют в сфере маркетинга?
99.	Что такое «визуальная коммуникация»?