

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Лариса Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.09.2025 13:46:24
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

«Современные рекламные и PR-технологии»
наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата
бакалавриата,
специалитета, магистратуры

«Инжиниринг программных средств»
наименование образовательной программы

09.03.04 «Программная инженерия»
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

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 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 использования современных рекламных и PR-технологий в практике рекламы и связей с общественностью

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

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

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Компетенция
1	Тема 1. Базовые инструменты рекламных технологий.	УК-6
2	Тема 2. Технологии рекламы в различных сферах.	
3	Тема 3. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты.	
4	Тема 4. PR-технологии в различных сферах.	
5	Тема 5. Креативные технологии в рекламе и PR.	

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. Рекламные технологии как системообразующая основа маркетинга продвижения.
2. Истоки технологий рекламной коммуникации.
3. Технологии гендерных подходов в рекламе.
4. Особенности применения рекламных технологий в рекламе услуг.
5. Социальные аспекты технологий рекламной деятельности.
6. Психологические аспекты технологий рекламной деятельности.
7. Особенности применения рекламных технологий в прессе.
8. Особенности рекламных технологий в печатной (полиграфической) рекламе.
9. Особенности рекламных технологий при создании телевизионной рекламы.
10. Особенности рекламных технологий в рекламе на радио.
11. Особенности рекламных технологий в наружной рекламе.
12. Выбор оптимальных технологий для распространения рекламы.
13. Технологии для производства контекстной рекламы.
14. Исследование рынка рекламных услуг города и области.
15. Особенности использования разных типов рекламных технологий в деятельности рекламных агентств.
16. Этапы разработки рекламной кампании товара (фирмы).
17. Особенности композиции в рекламе.
18. Технологии создания слоганов в рекламе.
19. Технологии сравнительной рекламы.
20. PR в системе социальных технологий.
21. Психологические эффекты и приемы манипуляции современных СМИ.
22. Психологические аспекты использования музыки в связях с общественностью и рекламе.
23. Использование цвета в рекламе и связях с общественностью.
24. Базовые инструменты PR-технологий
25. PR-технологии в политике.
26. Формирование имиджа политического лидера.
27. PR-технологии в инвестиционной сфере.
28. PR-технологии в социальной сфере.
29. PR-технологии в сети Интернет.
30. SocialMedia в PR-деятельности организации.
31. Технология рекламно-информационного воздействия при проведении рекламных и PR-кампаний
32. Основные приемы в рекламе.
33. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере науки, образования и культуры.
34. Особенности технологий связей с общественностью и рекламы в сфере туризма и спорта.
35. Особенности PR-технологий в сфере производства, торговли, услуг.