

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью в цифровой среде

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Рекламная деятельность в цифровой среде**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кахальников М.В.
	Идентификатор	R7ecedcd1-KakhalnikovMV-51d2b6}

М.В.
Кахальников

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кахальников М.В.
	Идентификатор	R7ecedcd1-KakhalnikovMV-51d2b6}

М.В.
Кахальников

Заведующий
выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации

ИД-2 Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию

ИД-3 Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Документы, используемые в рекламной и PR деятельности (Тестирование)

2. Пресс-мероприятия (Контрольная работа)

3. Технологии рекламы и связей с общественностью, как элемент маркетинговых коммуникаций. PR в бизнесе (Тестирование)

4. Технология рекламы и связей с общественностью (Реферат)

БРС дисциплины

6 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Технологии рекламы и связей с общественностью, как элемент маркетинговых коммуникаций. PR в бизнесе (Тестирование)

КМ-2 Технология рекламы и связей с общественностью (Реферат)

КМ-3 Документы, используемые в рекламной и PR деятельности (Тестирование)

КМ-4 Пресс-мероприятия (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	16
Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций в цифровой среде					
Технологии рекламы и связей с общественностью, как элемент маркетинговых коммуникаций		+			
PR в бизнесе. Планирование PR кампании		+			

Технология рекламы и связей с общественностью в цифровой среде				
Организационно-правовые основы рекламной и PR деятельности		+		
Этические кодексы, регулирующие деятельность в области рекламы и СО. Профессиональные организации, регулирующие деятельность с сфере рекламы и СО		+		
Основные документы используемые в рекламной и PR деятельности и организационные структуры в связях с общественностью				
Основные документы используемы в рекламной и PR деятельности			+	
Пресс-релиз			+	
Пресс-мероприятия в цифровой среде				
Организация пресс-конференции				+
Пресс-тур				+
Вес КМ:	25	25	25	25

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
пк-1	ИД-2 _{пк-1} Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию	Знать: особенности абстрактного мышления, методов анализа и синтеза в сфере профессиональной коммуникации Уметь: абстрактно мыслить, анализировать, систематизировать и обобщать материал в сфере профессиональной деятельности	КМ-1 Технологии рекламы и связей с общественностью, как элемент маркетинговых коммуникаций. ПР в бизнесе (Тестирование) КМ-2 Технология рекламы и связей с общественностью (Реферат)
пк-1	ИД-3 _{пк-1} Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний	Знать: особенности действия в нестандартных ситуациях Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения в сфере профессиональной коммуникации	КМ-3 Документы, используемые в рекламной и ПР деятельности (Тестирование) КМ-4 Пресс-мероприятия (Контрольная работа)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Технологии рекламы и связей с общественностью, как элемент маркетинговых коммуникаций. ПР в бизнесе

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Выполнить задание.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на оценку освоения компетенции по вопросам технологии рекламы и связей с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: особенности абстрактного мышления, методов анализа и синтеза в сфере профессиональной коммуникации	<i>1.1. Как называются виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке:</i> а) персональные продажи б) имидж в) стимулирование сбыта + <i>2.2. Необходимо выбрать лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:</i> а) престижная реклама + б) безличная реклама в) прямая реклама г) товарная реклама + <i>3.3. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров:</i> а) почтовая реклама б) наружная реклама + в) подарочные изделия <i>4.4. Как называется подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы:</i> а) стратегия рекламы + б) понимание в) задача рекламы <i>5.5. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя называется:</i> а) рынок б) средство распространения рекламы + в) рекламное агентство <i>6.6. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним:</i>

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
	а) информативная реклама б) престижная реклама в) товарная реклама + 7.7. Что относится к видам основных рекламных средств: а) телереклама б) наружная реклама в) радиореклама г) все варианты верны + 8.8. Какие функции рекламы не различают? а) экономическую б) социальную в) политическую + г) бренд создающую 9.9. Сколько можно выделить целей ПР работы компании? а) 3 + б) 5 в) 1 10.10. Что является главной целью PR? а) изменение общественного мнения + б) повышение уровня продаж в) доведение информации до потребителей г) повышение рейтинга компании

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Технология рекламы и связей с общественностью

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Реферат

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Выполнить задание.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение технологии рекламы и связей с общественностью

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: абстрактно мыслить, анализировать, систематизировать и обобщать материал в сфере профессиональной деятельности	1.Рассмотрите особенности государственной регистрации результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации 2.Рассмотрите понятие: Товарный знак и знак обслуживания 3.Рассмотрите особенности государственной регистрация товарного знака 4.Рассмотрите охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, интеллектуальные и вещные права, авторство 5.Рассмотрите особенности рекламы алкогольной продукции согласно Закону о рекламе

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Документы, используемые в рекламной и ПР деятельности

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Выполнить задание.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на оценку освоения компетенции по вопросам основных документов используемых в рекламной и ПР деятельности

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: особенности действия в нестандартных ситуациях	1. 1. 1. Что необходимо для написания пресс-релиза? а) Сайт компании б) Информационный повод + • в) Наличие в штате более 20 сотрудников • г) Нотариальное заверение о произошедшем факте 2.2. Пресс-релизы пишутся по ... • а) Алгоритму Джефферсона • б) Принципу рекламного обоснования • в) Принципу перевернутой пирамиды + • г) Правилу сухого остатка 3.3. Функция заголовка в пресс-релизе? • а) Заголовок в пресс-релизе должен обязательно содержать цифры или проценты • б) Заголовок в пресс-релизе должен привлекать внимание, пересказывание сути не требуется • в) Заголовок в пресс-релизе должен кратко пересказывать суть всего текста + 4.4. Допустимо ли использование контактных данных компании при написании пресс-релиза? • а) Да + • б) Не более одного контакта • в) Нет 5.5. Может ли пресс-релиз рассказывать об уже прошедшем событии? • а) Да + • б) Нет, пресс-релиз пишется только для анонса предстоящего события

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-4. Пресс-мероприятия

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Выполнить задание.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку умений по пресс-мероприятиям

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения в сфере профессиональной коммуникации	1.Придумать повод для мероприятия 2.Разработать концепцию мероприятия 3.Разработать сценарий мероприятия 4.Определить ЦА мероприятия 5.Определить круг СМИ, которые будут приглашены на мероприятие

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно на 80 %

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

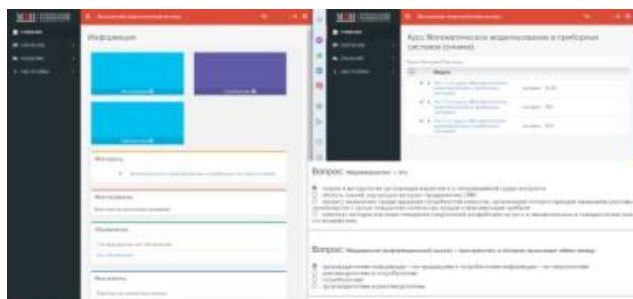
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено не верно или преимущественно не выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета



Процедура проведения

Поле Процедура проведения

В тесте встречаются вопросы следующих типов:

1. с одним вариантом ответа (в вопросах «один из многих», система сравнивает ответ слушателя с правильным ответом и автоматически выставляет за него назначенный балл)
2. с выбором нескольких вариантов ответов (в вопросах «многие из многих» система оценивает каждый ответ отдельно; есть возможность разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
3. на соответствие слушатель должен привести в соответствие левую и правую часть ответа (в вопросах «соответствие» система оценивает каждый ответ отдельно; можно разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4)
4. развернутый ответ, вводится вручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-2_{ПК-1} Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию

Вопросы, задания

1. Назовите цели рекламы
2. «Примитивная эра» PR
3. Модель AIDA применялась в
4. Основные российские профессиональные организации, регулирующие деятельность в сфере рекламы и СО
5. Основные международные организации, регулирующие деятельность в сфере рекламы и СО
6. Направления деятельности служб ПР в органах государственного и муниципального управления

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Дата происхождения термина Public Relations

Ответы:

1. 1812 год

2.1807 год

3.1895 год

Верный ответ: 2

2.Федеральный закон «О рекламе» не распространяется на: (выберите лишнее):

Ответы:

- 1.политическую рекламу, в том числе предвыборную агитацию и агитацию по вопросам референдума
- 2.информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом
- 3.социальную рекламу
- 4.справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке
- 5.являющиеся социальной рекламой
- 6.сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой
- 7.вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;

Верный ответ: 3

3.Рекламная и ПР деятельность в РФ регулируется Конституцией и рядом законов об информационной деятельности (выберите лишнее):

Ответы:

1. «О рекламе»
- 2.«О средствах массовой информации»
- 3.«О государственной тайне» 4.«О товарном знаке»
- 5.«Об информации, информационных технологиях и защите информации»
- 6.«Гражданский кодекс РФ»

Верный ответ: 4

4.Что отражает пирамида Маслоу:

Ответы:

- 1.иерархию расходов потребителей
- 2.иерархию потребностей человека
- 3.структуру потребления целевой аудитории

Верный ответ: 2

5.Задачи рекламы (выберите неправильный вариант):

Ответы:

- 1.информирование – формирование осведомленности о новом товаре, событии, о фирме и т.д.
- 2.увещевание
- 3.напоминание
- 4.продажи
- 5.позиционирование
- 6.удержание покупателей, лояльных к торговой марке
- 7.создание собственного лица фирмы

Верный ответ: 4

6.Основные инструменты ПР (выберите лишнее):

Ответы:

- 1.новости
- 2.публикации
- 3.мероприятия
- 4.реклама
- 5.средства визуальной идентичности

Верный ответ: 4

7.Цели рекламы (выберите неправильный вариант):

Ответы:

- 1.сформировать потребность в категории
- 2.формирование осведомленности о товаре (торговой марки)
- 3.формирование отношения к товару (торговой марке)
- 4.сравнение с конкурентами
- 5.способствовать принятию решения о покупке товара определенной торговой марки
- 6.содействие покупке в местах продаж

Верный ответ: 4

2. Компетенция/Индикатор: ИД-З_{ПК-1} Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний

Вопросы, задания

- 1.Расскажите о недостатках прямых продаж
- 2.Недобросовестная реклама-это
- 3.По способу подачи рекламы разделяются на
- 4.Назовите виды рекламы

Материалы для проверки остаточных знаний

1.Что НЕ относится к ATL рекламе (выберите лишнее):

Ответы:

- 1.реклама на телевидении
- 2.реклама в прессе
- 3.спонсорство
- 4.реклама на транспорте
- 5.витрины, вывески

Верный ответ: 3

2.Что такое имиджевая реклама?

Ответы:

1. представляет собой рекламу достоинств фирмы, выгодно отличающих ее от конкурентов
2. представляет собой рекламу достоинств фирмы, не отличающих ее от конкурентов
3. представляет собой рекламу перспектив фирмы, выгодно отличающих ее от конкурентов

Верный ответ: 1

3.В каком году была проведена кампания «Покупайте только Британское»:

Ответы:

- 1.1929
- 2.1930
- 3.1931

Верный ответ: 3

4.С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?

Ответы:

1. с начала XVIII века
2. с начала XIX века
3. с начала XX века
4. с начала XXI века

Верный ответ: 3

5. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

Ответы:

1. информация
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

Верный ответ: 1

6. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

Ответы:

1. Деном Форрестолом
2. Томасом Джефферсоном
3. Джоржем Бушем младшим
4. Семом Блейком

Верный ответ: 2

7. Сколько можно выделить целей ПР работы компании?

Ответы:

1. 3
2. 5
3. 1

Верный ответ: 1

8. Что является главной целью PR?

Ответы:

1. изменение общественного мнения
2. повышение уровня продаж
3. доведение информации до потребителей
4. повышение рейтинга компании

Верный ответ: 1

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы на все вопросы даны верно. Четко сформулированы особенности практических решений. Студент показал при ответе на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, что владеет материалом изученной дисциплины, свободно применяет свои знания для объяснения различных явлений

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки. Студент правильно выполнил задание и в основном правильно ответил на вопросы экзаменационного билета и на дополнительные вопросы, но допустил при этом незначительные ошибки

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. Студент в ответах на вопросы

экзаменационного билета допустил существенные и даже грубые ошибки, но затем исправил их сам, либо наметил правильный путь его выполнения

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно. Студент не ответил на вопросы экзаменационного билета и не смог решить задачу, либо наметить правильный путь решения вопросов из билета. Из другого экзаменационного билета на тот же раздел дисциплины, выданного взамен первого билета, правильного ответа тоже не было получено, либо при ответе на дополнительные вопросы обнаружилось незнание большого раздела программы

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ».