

**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 продвижение СМИ**

**Уровень образования: высшее образование - бакалавриат**

**Форма обучения: Заочная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
Технология рекламы и связей с общественностью**

**Москва  
2022**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Жохова П.Е.
	Идентификатор	R5c95669a-ZhokhovaPY-06a87af4

(подпись)

П.Е. Жохова

(расшифровка  
подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

(подпись)

А.А. Веселов

(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка  
подписи)

## 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:

- ПК-2 способен вести разработку маркетинговой стратегии для продукции СМИ
- ИД-1 Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование
- ИД-7 Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
- ИД-8 Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Пресс-мероприятия (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Бриф на рекламную кампанию (Контрольная работа)
2. Внутренняя коммуникационная деятельность (Контрольная работа)
3. Разработка УТП и программы его продвижения (Контрольная работа)
4. Технология рекламы и связей с общественностью (Реферат)

## БРС дисциплины

8 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	3	6	9	12	12
Реклама и ПР в системе маркетинговых коммуникаций						
Технологии рекламы и связей с общественностью, как элемент маркетинговых коммуникаций	+					
ПР в бизнесе. Планирование ПР кампании	+					
Технология рекламы и связей с общественностью						
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 ПР деятельности и организационные структуры в связях с						

общественностью					
Основные документы используемы в рекламной и ПР деятельности			+		
Основные организационные структуры в связях с общественностью			+		
Пресс-мероприятия					
Организация пресс-конференции				+	
Пресс-тур				+	
Внутренняя коммуникационная деятельность					
Коммуникационная деятельность					+
Методики управления по целям (KPI) и ключевые показатели результатов деятельности для структур и отдельных специалистов, работающих в области рекламы и связей с общественностью					+
Вес КМ:	20	20	20	20	20

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

## 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-2	ИД-1 <sub>ПК-2</sub> Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование	Знать: теоретические аспекты планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий, создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации Уметь: абстрактно мыслить, анализировать, систематизировать и обобщать материал в сфере профессиональной деятельности	Разработка УТП и программы его продвижения (Контрольная работа) Пресс-мероприятия (Тестирование)
ПК-2	ИД-7 <sub>ПК-2</sub> Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ	Уметь: руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктурой организации планировать и осуществлять	Технология рекламы и связей с общественностью (Реферат) Бриф на рекламную кампанию (Контрольная работа)

		коммуникационные кампании и мероприятия в коммерческом и некоммерческом секторе	
ПК-2	ИД-8 <sub>ПК-2</sub> Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации	Уметь: проявлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта	Внутренняя коммуникационная деятельность (Контрольная работа)

## **II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания**

### **КМ-1. Разработка УТП и программы его продвижения**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

#### **Краткое содержание задания:**

Контрольная точка направлена на рассмотрение разработки УТП и программы его продвижения

#### **Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: абстрактно мыслить, анализировать, систематизировать и обобщать материал в сфере профессиональной деятельности	<ol style="list-style-type: none"><li>1.Разработайте УТП - товар. Опишите его целевую аудиторию, на какой уровень потребностей оно направлено. Какие каналы и способы коммуникации вы будете использовать для продвижения, на чем будете делать акцент</li><li>2.Разработайте УТП - услугу. Опишите его целевую аудиторию, на какой уровень потребностей оно направлено. Какие каналы и способы коммуникации вы будете использовать для продвижения, на чем будете делать акцент</li><li>3.Разработайте общественное или политическое движение (явление, событие), которого возможно еще нет на рынке (или есть). Опишите его целевую аудиторию, на какой уровень потребностей оно направлено. Какие каналы и способы коммуникации вы будете использовать для продвижения, на чем будете делать акцент</li></ol>
---	--

#### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка:* зачтено

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

*Оценка:* не зачтено

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

### **КМ-2. Технология рекламы и связей с общественностью**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Реферат

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Готовые рефераты отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

**Краткое содержание задания:**

Контрольная точка направлена на рассмотрение технологии рекламы и связей с общественностью

**Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия в коммерческом и некоммерческом секторе	<ol style="list-style-type: none"><li>1.Рассмотрите особенности государственной регистрации результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации</li><li>2.Рассмотрите понятие: Товарный знак и знак обслуживания</li><li>3.Рассмотрите особенности государственной регистрация товарного знака</li><li>4.Рассмотрите охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, интеллектуальные и вещные права, авторство</li><li>5.Рассмотрите особенности рекламы алкогольной продукции согласно Закону о рекламе</li></ol>
---	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка:* зачтено

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

*Оценка:* не зачтено

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

**КМ-3. Бриф на рекламную кампанию**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Решенные задания отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

**Краткое содержание задания:**

Контрольная точка направлена на рассмотрение составления брифа на рекламную кампанию

**Контрольные вопросы/задания:**

Уметь: руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктурой организации	<ol style="list-style-type: none"><li>1.Напишите Бриф на разработку рекламной кампании в рекламное агентство. В качестве объекта для продвижения нужно взять свое УТП из первого задания. В бриф можно добавлять дополнительные разделы, если необходимо</li><li>2.Напишите Бриф на разработку рекламной кампании в рекламное агентство. В качестве объекта для продвижения нужно взять любой продукт . В бриф можно добавлять дополнительные разделы, если необходимо</li><li>3.Напишите Бриф на разработку рекламной кампании в рекламное агентство. В качестве объекта для</li></ol>
--	---



	продвижения нужно взять любую услугу. В бриф можно добавлять дополнительные разделы, если необходимо
--	--

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка:* зачтено

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

*Оценка:* не зачтено

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

**КМ-4. Пресс-мероприятия**

**Формы реализации:** Компьютерное задание

**Тип контрольного мероприятия:** Тестирование

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3-х. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем

**Краткое содержание задания:**

Контрольная точка направлена на проверку знаний по пресс-мероприятиям

**Контрольные вопросы/задания:**

<p>Знать: теоретические аспекты планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий, создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации</p>	<p>1.Что НЕ относится к ATL рекламе (выберите лишнее):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Реклама на телевидении</li> <li>2.Реклама в прессе</li> <li>3.Спонсорство</li> <li>4.Реклама на транспорте</li> <li>5.Витрины, вывески</li> </ol> <p>Ответ: 3</p> <p>2.Цели рекламы (выберите неправильный вариант):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Сформировать потребность в категории</li> <li>2.Формирование осведомленности о товаре (торговой марки)</li> <li>3.Формирование отношения к товару (торговой марке)</li> <li>4.Сравнение с конкурентами</li> <li>5.Способствовать принятию решения о покупке товара определенной торговой марки</li> <li>6.Содействие покупке в местах продаж</li> </ol> <p>Ответ: 4</p> <p>3.Основные инструменты ПР (выберите лишнее):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Новости</li> <li>2.Публикации</li> <li>3.Мероприятия</li> <li>4.Реклама</li> <li>5.Средства визуальной идентичности</li> </ol>
--	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*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*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

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

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

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

**КМ-5. Внутренняя коммуникационная деятельность**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 20

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Готовые работы отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

**Краткое содержание задания:**

Контрольная точка направлена на рассмотрение внутренней коммуникационной деятельности

**Контрольные вопросы/задания:**

<p>Уметь: проявлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта</p>	<p>1.Разработать структуру ПР или рекламного подразделения для организации. Тип – государственная. Нужно определить сколько человек будет в подразделении, наименования должностей, их функции.</p> <p>2.Разработать структуру ПР или рекламного подразделения для организации. Тип –коммерческая. Нужно определить сколько человек будет в подразделении, наименования должностей, их функции.</p> <p>3.Разработать структуру ПР или рекламного подразделения для организации. Тип –общественная. Нужно определить сколько человек будет в подразделении, наименования должностей, их функции.</p>
---	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: зачтено*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами*

*Оценка: не зачтено*

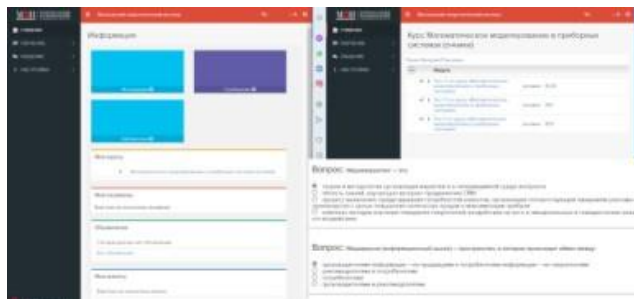
*Описание характеристики выполнения знания: Готовые работы отправляются в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"*

# СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета



## Процедура проведения

В тесте 20 вопросов 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 в ручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

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

**1. Компетенция/Индикатор:** ИД-1ПК-2 Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование

### Вопросы, задания

1. Модель AIDA применялась в
2. Направления деятельности служб ПР в органах государственного и муниципального управления
3. Недобросовестная реклама-это

### 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. Что отражает пирамида Маслоу:  
Ответы:  
1. Иерархию расходов потребителей 2. Иерархию потребностей человека 3. Структуру потребления целевой аудитории  
Верный ответ: 2
3. В каком году была проведена кампания «Покупайте только Британское»:

Ответы:

1.1929 2.1930 3.1931

Верный ответ: 3

**2. Компетенция/Индикатор:** ИД-7<sub>ПК-2</sub> Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ

### Вопросы, задания

- 1.«Примитивная эра» PR
- 2.Основные международные организации, регулирующие деятельность в сфере рекламы и СО
- 3.Расскажите о недостатках прямых продаж
- 4.По способу подачи рекламы разделяются на

### Материалы для проверки остаточных знаний

1.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 и не
- 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

2.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

3.Первым употребил термин Public Relations:

Ответы:

Первым употребил термин Public Relations:

Верный ответ: 1

**3. Компетенция/Индикатор:** ИД-8<sub>ПК-2</sub> Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

### Вопросы, задания

- 1.Назовите цели рекламы
- 2.Основные российские профессиональные организации, регулирующие деятельность в сфере рекламы и СО
- 3.Назовите виды рекламы

### Материалы для проверки остаточных знаний

1.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

2. Основные инструменты ПР (выберите лишнее):

Ответы:

1. Новости 2. Публикации 3. Мероприятия 4. Реклама 5. Средства визуальной идентичности

Верный ответ: 4

3. 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

4. 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

## **II. Описание шкалы оценивания**

*Оценка: 5*

*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*

*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*

*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

## **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»