

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Выборнова Любовь Александровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.03.2025 08:00:05  
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

«Туризм и индустрия гостеприимства»

наименование образовательной программы

43.03.02 «Туризм»

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<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 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)<br>(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.