

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

РАССМОТРЕНО  
на заседании кафедры «Экономики и  
туризма»  
Протокол № 5 от «15» января 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ Директор  
\_\_\_\_\_ Н.В.Кандаурова  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.

**КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ К  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ –ЗАЧЕТ, ЭКЗАМЕН**

Дисциплина: «Рекламная деятельность»

Форма обучения: очная

Для студентов по специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Абидова С.А.

Ставрополь, 2024

## 1. Общие положения

Контрольно-измерительные материалы предназначены для контроля и оценки образовательных и профессиональных достижений обучающихся.

КИМ включают контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета.

## 2. Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

### 2.1. Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<b>Умения:</b> распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) <b>Знания:</b> актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа	<b>Умения:</b> определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска

	и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		<b>Знания:</b>
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	<b>Умения:</b>
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		<b>Знания:</b>
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
правила разработки бизнес-планов		

		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<b>Умения:</b>
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		<b>Знания:</b>
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<b>Умения:</b>
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		<b>Знания:</b>
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<b>Умения:</b>
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		<b>Знания:</b>
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
		особенности произношения
		правила чтения текстов профессиональной направленности

## 2.2. Личностные результаты

<b>Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)</b>	<b>Код личностных результатов реализации программы воспитания</b>
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимость от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	<b>ЛР 9</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности(при наличии)</b>	
Мотивированный на постоянный профессиональный рост.	<b>ЛР 13</b>
Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	<b>ЛР 20</b>
Умеющий выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта	<b>ЛР 31</b>

## 3. Измерительные материалы для оценивания результатов освоения учебной дисциплины

### 3.1. Задания для проведения зачета

**Форма зачета и экзамена** –устная по вопросам

### 3.2. Условия выполнения задания

1. Место (время) выполнения задания: аудитория Л 513 Кабинет экономико-финансовых дисциплин.
2. Максимальное время выполнения задания: 20 мин
3. Источники информации, разрешенные к использованию на зачете, оборудование: канцелярские принадлежности (ручка, карандаши).

### Вопросы к зачету

1. Сущность, цели и задачи рекламы.
2. Классификация средств рекламы.
3. Исторические вехи развития рекламы.
5. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.
6. Основные виды рекламы.

7. Основные требования, предъявляемые к рекламе. Понятие и классификация ненадлежащей рекламы.
8. Маркетинговые исследования в рекламной деятельности.
9. Рекламные стратегии – классификация и характеристика.
10. Роль и задачи социальной рекламы
11. Способы осуществления корпоративной рекламы.
12. Прямая почтовая рассылка – достоинства и недостатки.
13. PR – цели, задачи, принципы, классификация специальных мероприятий.
14. Организация и планирование рекламной кампании .
15. Современные рекламные стратегии.
16. Фирменный стиль рекламодателя и его основные элементы.
17. Виды и типы товарных знаков, их различия и требования к разработке.
18. Сувенирная реклама – классификация, требования к разработке и применение.
19. Основные принципы и правила разработки рекламного обращения.
20. Реклама в прессе – достоинства и недостатки как средства рекламы.
21. Печатная реклама – классификация, достоинства и недостатки как средства рекламы.
22. Классификация и характеристика транспортной рекламы – достоинства и недостатки как средства рекламы.
23. Виды наружной рекламы – достоинства и недостатки как средства рекламы.
24. Нестандартные средства распространения рекламы, классификация и характеристика.
25. Реклама в коммуникационном комплексе маркетинга.
26. Основные разновидности ТВ рекламы – характеристика, достоинства и недостатки.
27. Достоинства и область применения радио как средства рекламы.
28. Основные признаки классификации рекламных средств.
29. Основные виды рекламы в компьютерных сетях и их характеристика.
30. Правовое регулирование рекламной деятельности.
31. Классификация рекламных агентств, организационная структура и персонал.
32. Принципы и функции рекламной деятельности.

### **Вопросы к экзамену**

1. Формирование рекламного рынка: основные этапы эволюции рекламы и их характеристика.
2. Развитие отечественного рекламного рынка в Советский период.

3. Современное состояние рекламного рынка в России: тенденции, особенности.
4. Сущность и содержание рекламной деятельности.
5. Участники рекламного процесса и их функции.
6. Цели и функции рекламы.
7. Классификация средств, форм и методов рекламы. Виды рекламы.
8. Особенности рекламы товаров промышленного назначения и потребительских товаров.
9. Комплекс промоушн (promotion mix): основные элементы и их связь с жизненным циклом товара.
10. Демассификация потребительского спроса и ее отражение в рекламе.
11. Аудитория рекламного воздействия: ядро и референтные группы.
12. Современные подходы к сегментированию аудитории. Профилирование и агрегирование аудиторий рекламного воздействия.
13. Понятия «традиционной» и «современной» рекламы. Принципы реализации интегрированных маркетинговых коммуникаций.
14. Диалоговый и монологический режимы рекламного информирования. Преимущества и недостатки. Особенности выбора инструментов рекламы.
15. ATL-технологии в рекламе: основные формы и виды, особенности. Рекламоспособность медиа-носителей.
16. BTL-технологии в рекламе: основные формы и виды, особенности использования.
17. Рекламные технологии в стимулировании продаж: уровни и методы.
18. PR в системе маркетинговых коммуникаций.
19. Методы директ маркетинг в рекламе.
20. Рекламная аргументация и теория уникального продающего предложения (УПП).
21. Понятие рыночной «ниши» и применение теории позиционирования в рекламе.
22. Форма и содержание рекламной продукции, факторы, определяющие их.
23. Особенности рекламного творчества. Визуальные и вербальные составляющие, структура и особенности рекламного обращения. Понятие «вампиризма».
24. Особенности и возможности восприятия рекламной информации потребителем. Методы рекламного воздействия.
25. Фирменный стиль в рекламе: понятие, основные элементы и их особенности.
26. Товарный знак: понятие и функции, виды товарных знаков.
27. Упаковка как интегрирующий элемент фирменного стиля: понятие, функции, виды упаковки.
28. Продакт плейсмент как рекламная технология: понятие, виды и формы размещений.
29. Особенности развитие технологии продакт плейсмента в России.
30. Рекламная кампания: виды и основные этапы разработки.

31. Методы формирования бюджета рекламной кампании.
32. Принципы интегрированных маркетинговых коммуникаций.
33. Креативная составляющая в разработке рекламной кампании. Понятие рекламной идеи.
34. Регулирование рекламной деятельности: способы, уровни, особенности применения регулирующих норм.
35. Роль общественных организаций в регулировании рекламного рынка. Российские общественные организации и их функции.
36. Основные положения Закона РФ «О рекламе». Поправки к Закону «О рекламе»

### **Критерии оценивания заданий**

**«Зачтено»** - уровень освоения обучающимся учебного материала достаточно высок, обучающийся умеет использовать теоретические знания при выполнении практических задач с практикой, подтверждает сформированность общих и профессиональных компетенций;

**«Не зачтено»** - обучающийся имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач.

**Оценка «отлично»** - уровень освоения обучающимся учебного материала достаточно высок, обучающийся умеет использовать теоретические знания при выполнении практических задач с практикой, подтверждает сформированность общих и профессиональных компетенций;

**Оценка «хорошо»** - обучающийся полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает ответ, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;

**Оценка «удовлетворительно»** - обучающийся знает и понимает основные положения учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических задач не умеет доказательно обосновать свои суждения;

**Оценка «неудовлетворительно»** - обучающийся имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач.