

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Психология рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	1

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью».

3. Разработчик: Е.В. Афанасьева, преподаватель департамента медиакоммуникаций.

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель: Рубежной А.А., председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии: Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе;

Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.

Представитель организации-работодателя: Коршунова Полина Ивановна, главный специалист Службы общественных связей Ставропольского РФ АО «Россельхозбанк».

Экспертное заключение: ФОС соответствует ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рекомендуется для выявления уровня сформированности компетенций по дисциплине.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни				
Результаты обучения по дисциплине: <i>ИД-1 УК-6</i>	Не устанавливает личные и профессиональные цели в соответствии с уровнем своих ресурсов и приоритетов действий, для успешного развития в избранной сфере профессиональной деятельности;	Не в полной устанавливает личные и профессиональные цели в соответствии с уровнем своих ресурсов и приоритетов действий, для успешного развития в избранной сфере профессиональной деятельности;	В достаточной степени устанавливает личные и профессиональные цели в соответствии с уровнем своих ресурсов и приоритетов действий, для успешного развития в избранной сфере профессиональной деятельности;	На высоком уровне устанавливает личные и профессиональные цели в соответствии с уровнем своих ресурсов и приоритетов действий, для успешного развития в избранной сфере профессиональной деятельности;
Результаты обучения по дисциплине: <i>ИД-2 УК-6</i>	Не умеет реализовывать и корректирует стратегию личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Не достаточно полно умеет реализовывать и корректирует стратегию личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Достаточно полно умеет реализовывать и корректирует стратегию личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	На высоком уровне умеет реализовывать и корректирует стратегию личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
Результаты обучения по дисциплине: <i>ИД-3 УК-6</i>	Не умеет критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач в избранной сфере профессиональной деятельности	Не достаточно полно умеет критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач в избранной сфере профессиональной деятельности	Достаточно полно умеет критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач в избранной сфере	На высоком уровне умеет критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач в избранной сфере

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.				
<i>ИД-1</i> ОПК-4 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	Не знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий	Не в полной мере знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий	В достаточной степени знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий	На высоком уровне знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий
<i>ИД-2</i> ОПК-4 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Не осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Не достаточно осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Достаточно полно осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	На высоком уровне осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ
КОМПЕТЕНЦИЙ**

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
Семестр 4			
1.	Б)	Отраслевым изданием, вышедшим впервые в свет в 1996 г. при поддержке РАСО, является: А) Коммерсант Б) Советник В) PR сегодня	УК-6
2.	А)	Предшествует началу (этапу) разработки стратегии и тактики политической (избирательной) кампании: А) комплексный анализ избирательного поля Б) формирование материально-технической базы избирательной кампании В) определение этапов и мероприятий избирательной кампании	УК-6
3.	Б)	Выделите из трех предложенных вариантов ответов существенную характеристику коммуникационного института рекламы: А) продвижение бренда товара или услуги Б) целенаправленное воздействие на потребителя с помощью средств информации для продвижения товара, услуги, идеи на потребительском рынке В) установление долгосрочных доброжелательных, доверительных отношений субъекта рынка с целевыми аудиториями общест-венности	УК-6
4.	А)	Политическая предвыборная агитация кандидата на выборный мандат разрешена с момента регистрации в избирательной комиссии: А) с момента уведомления избирательной комиссии о выдвижении кандидата (списка кандидатов) Б) за 30 дней до дня голосования	УК-6
5.	Б)	Премия «за лучший вклад в улучшение взаимопонимания в мире» ежегодно вручает профессиональное объединение: А) IABC Б) IPRA В) ICO	УК-6
6.		«Лидеры мнений» — это:	УК-6

7.	А)	Концепция PR-кампании разрабатывается в ходе планирования: А) стратегического Б) оперативного В) тактического	УК-6
8.	Б)	Создание структуры управления избирательной кампанией относится: А) к стратегии кампании Б) к тактике кампании В) к содержанию кампании	УК-6
9.	А)	Впервые начал вести практическую работу в области ПР: А) Айви Ли Б) Эдвард Бернейз В) Томас Джефферсон	УК-6
10.		Бриф – это:	УК-6
11.	Б)	Статус официального консультанта ООН по проблеме стратегических коммуникаций в мире имеет: А) IABC Б) IPRA В) ICO	УК-6
12.	Б)	Политическая предвыборная агитация кандидатов (списка кандидатов) в средствах массовой информации начинается: А) с момента назначения выборов Б) с момента регистрации кандидата (списка кандидатов) В) за 30 дней до дня голосования	УК-6
13.	Б)	Минимальные стандарты качества (МСК) разработаны Международным институтом качества связей с общественностью и приняты: А) в июне 1995 г. в Москве Б) в июне 1997 г. в Хельсинки В) в июне 1979 г. в Афинах	УК-6
14.	электорат	Круг лиц, обычно граждан государства, обладающих правом голоса при выборах в органы государственной власти, на референдумах и плебисцитах, достигших 18-летнего возраста и не лишенных избирательного права в силу недееспособности или отбывания срока наказания по решению суда – это	УК-6
15.		Политическая реклама – это:	УК-6
16.	В)	Заключительной стадией модели побудительной функции рекламы (формула AIDA) является: А) пробуждение интереса потребителя к содержанию идеи рекламного послания Б) привлечение внимания к товару, услуге В) побуждение потребителя к действию	УК-6
17.	А)	К основаниям для признания выборов несо-	УК-6

		стоявшимися относят: А) установленные факты фальсификации при голосовании Б) явку избирателей ниже установленной нормы В) решение суда Г) решение избирательной комиссии	
18.	А)	Первым шагом при разработке и реализации PR-кампании является: определение стратегии А) исследование целевых аудиторий общест- венности Б) составление медиа-плана	УК-6
19.	В)	Аннулировать результаты выборов, т.е. при- знать их недействительными, может: А) избирательная комиссия Б) орган публичной власти, назначивший выборы В) судебный орган Г) Президент РФ общественный наблюдатель	УК-6
20.	А)	Главная цель отношений с потребителями как отдельного направления PR-деятельно- сти заключается в следующем: А) установление дружеских, доброжела- тельных отношений Б) увеличение объема продаж информирование о товарах/услугах	УК-6
21.	сам кандидат	Главным субъектом (актором) избиратель- ной кампании кандидата является:	УК-6
22.		Лоббирование – это:	УК-6
23.	вторичная	СМИ как источник и канал политической коммуникации классифицируются как це- левая аудитория:	УК-6
24.	аналитической	Исследовательско-новостные тексты отно- сятся к публицистике:	УК-6
25.	19 - 20 веков.	Первые психологические научно-приклад- ные исследования в области рекламы нача- ли проводиться на рубеже:	УК-6
26.	Уолтер Джилл Скотт	Какого психолога-функционалиста считают основателем психологии рекламы?	УК-6
27.	1903	В каком году Уолтер Джилл Скотт опубли- ковал вою работу «Теория и практика рекла- мы»?	УК-6
28.	1920	В каком году Р. Сейферт выдвинул пробле- му, имеющую большое прикладное значе- ние: какой шрифт с точки зрения психоло- гии рекламы наиболее эффективен в Герма- нии — латинский или немецкий?	УК-6
29.	правом верхнем	Немецкий психолог Меде (W. Moede) опу- б-	УК-6

		ликовал экспериментальную работу, в которой показал, что наибольшее внимание читателя привлекает объявление в рекламной газете, если оно напечатано в этом углу:	
30.	США	В какой стране 30-40-х годах XX века начался качественно новый этап развития рекламы, что было вызвано переходом экономики к «рынку покупателя»?	УК-6
31.	Дж. Вайкери	Какой психолог рекламы создал методiku «25 кадра»?	УК-6
32.	Брендинг	...это система маркетинговых мероприятий по формированию образа товара, причем такого образа, который тесно связан с самовыражением покупателя товара, отмеченного данным брендом:	УК-6
33.	Психологическое	Какое воздействие является важнейшим практическим направлением в современной психологической науке, поскольку проникает в тайны человеческих взаимоотношений и вооружает основами управления людьми?	УК-6
34.	3	Сколько существует основных типов психологического воздействия, различающихся по своему объекту?	УК-6
35.	Убеждение	- неманипулятивный метод психологического воздействия на сознание личности, с целью осознанного принятия ею определенных установок, оценок и суждений:	УК-6
36.	Квадрат	Какая форма в рекламе расценивается как нечто устойчивое, стабильное и сильное?	УК-6
37.	Внушение	- процесс и метод воздействия на психологическую сферу человека, направленный на снижение сознательного контроля и критичности при восприятии.	УК-6
38.	цена	Из-за чего люди чаще всего воздерживаются от покупки товара?	УК-6
39.	верно	Верно ли суждение: «Если бы не было противоречий – не было бы развитий»?	УК-6
40.	Социально-психологическое	Реклама – явление ...	УК-6
41.	да	Были ли разработаны в практике рекламы формулы универсального психологического воздействия?	УК-6
42.	да	Были ли разработаны в практике рекламы формулы универсального психологического воздействия?	УК-6
43.	знание	Что относится к когнитивному фактору?	УК-6
44.	Отношение	Что относится к аффективному фактору?	УК-6

45.	Ощущение	Первичный познавательный процесс это:	УК-6
46.	Мышление	... - это обобщенное отражение в сознании человека предметов и явлений в их закономерных связях и отношениях:	УК-6
47.	Ощущение	Что относится к психическим процессам:	УК-6
48.	Социальный	Стереотип, связанный со статусом человека и родом его деятельности:	УК-6
49.	Эмоционально-эстетический	Стереотип, сформированный под влиянием собственного опыта переживаний, выработанного чувства меры и кратоты:	УК-6
50.	Знаний этикета	Первое впечатление НЕ складывается из:	УК-6
51.	Стимулирование сбыта	Основная задача рекламы:	ОПК-4
52.	Умение анализировать	Стимулирование сбыта	ОПК-4
53.		Проницательность - ...	ОПК-4
54.	Да	Проявляется ли совершенство делового человека, с точки зрения проницательности, в умении по неречевым сигналам определять истинное психологическое состояние собеседника?	ОПК-4
55.	Закрытость	Барьеры рук и ног, как невербальные индикаторы, определяют:	ОПК-4
56.	Скрытость	Прикрытие рта руками, потирание глаза, дотрагивание до уха, как невербальные индикаторы, определяют:	ОПК-4
57.	Интерес	Наклон головы вбок, наклон тела в сторону партнера, как невербальные факторы, определяют:	ОПК-4
58.	Принятие решения	Почесывание подбородка, захватывание носа в щепоть, прикрывание глаз, как невербальные факторы, определяют:	ОПК-4
59.	Критическая оценка	Ориентация корпуса не в сторону собеседника, как невербальный фактор, определяет:	ОПК-4
60.	Конфликтогены	Слова, действия, который приводят к конфликту:	ОПК-4
61.		Основные причины интереса:	ОПК-4
62.	Потребности	Товары и услуги существуют для того, чтобы удовлетворять человеческие:	ОПК-4

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на высоком уровне способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, и коммуникационных продуктов, способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты, и коммуникационные продукты, а также способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, и коммуникационных продуктов, способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты, и коммуникационные продукты, а также способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, и коммуникационных продуктов, способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты, и коммуникационные продукты, а также способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов, и коммуникационных продуктов, не способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и медиапродукты, и коммуникационные продукты, а также не способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если изучаемый материал освоен полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.