

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 27.05.2026 15:04:09
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
«Реклама в новых медиа»

Направление подготовки	42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR и реклама в системе новых медиа»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	1

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Реклама в новых медиа» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Реклама в новых медиа».

3. Разработчик И.В. Береза, доцент 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 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «PR и реклама в системе новых медиа» 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 компетенции(ий)		
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла
ПК-1			
Результаты обучения по дисциплине: <i>ИД-1 ПК-1</i> использует теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью.	Не знает теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью	Не в полной мере знает теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью	В достаточной степени знает теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью
<i>ИД-2 ПК-1</i> способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	Не способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	Не способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	В достаточной степени способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.
<i>ИД-3 ПК-1</i> обладает навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	Не владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	Не достаточно владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	Достаточно владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
ПК-12			
<i>ИД-1 ПК-12</i> выделяет принципы построения отношений со стейкхолдерами организации.	Не знает принципы построения отношений со стейкхолдерами организации	Не в полной мере знает принципы построения отношений со стейкхолдерами организации	В достаточной степени знает принципы построения отношений со стейкхолдерами организации
<i>ИД-2 ПК-12</i> спосо-	Не способен применять онлайн	Не достаточно способен приме-	Достаточно полн

бен применять онлайн и офлайн технологии в коммуникационной работе с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).	и офлайн технологии в коммуникационной работе с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями)	нять онлайн и офлайн технологии в коммуникационной работе с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями)	применять онлайн технологии в коммуникационной работе с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями)
ИД-3 ПК-12 применяет навыки коммуникаций со стейкхолдерами организации.	Не применяет навыки коммуникаций со стейкхолдерами организации.	Не в полной мере применяет навыки коммуникаций со стейкхолдерами организации.	В достаточной степени применяет навыки коммуникаций со стейкхолдерами организации.

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
1.	материальное средство, которое служит для распространения рекламного сообщения и способствует достижению необходимого рекламного эффекта	Что такое средство рекламы:	ПК-1

	та		
2.	Б)	Что стремится сделать рекламодатель, с помощью рекламных средств: а) показать себя б) оказать воздействие на потенциальных потребителей объекта рекламирования в) побудить потребителей не совершать никаких действий	ПК-1
3.	В)	Основным элементом, определяющим рекламное сообщение, является (ются): а) звук б) свет, рисунок в) изображение, текст	ПК-1
4.	определить цель рекламного мероприятия	Что необходимо сделать, прежде чем выбрать тот или иной вид рекламы:	ПК-1
5.	Г)	Что относится к видам основных рекламных средств: а) телереклама б) наружная реклама в) радиореклама г) все варианты верны	ПК-1
6.	форма городской рекламы, которая использует транспортные средства, чтобы донести до людей обращение	Что такое транзитная реклама:	ПК-1
7.	электронная почта, баннеры	Что является основными носителями рекламы в Интернете:	ПК-12
8.	телевизионная реклама	Самое влиятельное средство рекламы:	ПК-12
9.	А)	Отметьте, кто в модели речевой коммуникации является адресантом: а) источник сообщения б) получатель сообщения в) специфические обстоятельства, которые характеризуют данную коммуникацию г) то, что передается адресату	ПК-12
10.	В)	Основными адресантами маркетинговых коммуникаций не являются: а) сотрудники данной фирмы б) действительные и потенциальные потребители (целевой рынок) в) коммуникационные шумы г) поставщики	ПК-12

11.	нераспространение информации о фирме и ее товарах	что не относится к типовым задачам бизнеса, не решаемым с помощью рекламы:	ПК-12
12.	производители продукции	Кто проводит рекламную кампанию при маркетинговой стратегии «вытягивания» (pull strategy) рекламную кампанию чаще всего?	ПК-12
13.	В)	В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории не выделяют: а) локальную рекламу б) региональную рекламу в) массовую рекламу г) общенациональную рекламу.	ПК-12

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 предусмотрено 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

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на повышенном уровне владеет навыком критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций, а также владеет приемами применения правовых и этических норм при создании коммуникационного продукта.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он владеет навыком критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций, а также владеет приемами применения правовых и этических норм при создании коммуникационного продукта.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично владеет навыком критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций, а также владеет приемами применения правовых и этических норм при создании коммуникационного продукта.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не владеет навыком критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций, а также не владеет приемами применения правовых и этических норм при создании коммуникационного продукта.