

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 11:31:11
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
А.Г. Садыкова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Реклама в цифровых коммуникациях»

Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Мультимедийная журналистика и цифровые технологии
Год начала обучения	2026 г.
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	8

Введение

1. Назначение: данный ФОС предназначен для организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при оценивании уровня приобретенных компетенций у будущих бакалавров по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль) «Мультимедийная журналистика и цифровые технологии».

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Реклама в цифровых коммуникациях»

3. Разработчик старший преподаватель департамента медиакоммуникаций Павлова И.А.

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

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

Акопян Н.А., шеф-редактор сайта ГТРК «Ставрополье» ФГУП «ВГТРК «Ставрополье»

Экспертное заключение: рекомендовано к использованию в учебном процессе

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 (Неудовлетворит ельно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворитель но) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ПК-1</i>				
Результаты обучения по дисциплине: <i>Индикатор:</i> ИД-1 _{ПК-1} Осуществляет анализ отечественног о и мирового опыта журналистско й авторской деятельности	Не знает разновидности современной рекламы в отечественном и зарубежном медиапространст ве. Не владеет навыками продвижения рекламной продукции в современных медиа.	Очень поверхностно знает разновидности современной рекламы в отечественном и зарубежном медиапространств е. Очень слабо владеет навыками продвижения рекламной продукции в современных медиа.	Знает разновидности современной рекламы в отечественном и зарубежном медиапространс тве. Владеет навыками продвижения рекламной продукции в современных медиа небольшими недостатками.	Знает разновиднос ти современной рекламы в отечественн ом и зарубежном медиапростр анстве. Владеет навыками продвижени я рекламной продукции в современны х медиа, способен применить дополнитель ные знания, приводит примеры.
ИД-2 _{ПК-1} Создает журналистски й текст (или) продукт с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	Не способен создавать рекламный продукт и разрабатывать рекламную кампанию для цифровых медиа.	На очень низком уровне способен создавать рекламный продукт и разрабатывать рекламную кампанию для цифровых медиа.	С небольшими недостатками создает рекламный продукт и разрабатывает рекламную кампанию для цифровых медиа.	Создает качественны й рекламный продукт и разрабатыва ет рекламную кампанию для цифровых

				медиа.
--	--	--	--	--------

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 8	
1.	b)	Что такое RTB (Real-Time Bidding) в контексте цифровой рекламы? a) Модель оплаты за рекламу b) Система аукционной покупки рекламного инвентаря в реальном времени c) Метод таргетинга на мобильные устройства d) Формат интерактивной рекламы	ПК-1.
2.	c)	Какой показатель наиболее важен для оценки эффективности performance-маркетинговой кампании? a) CPM (Cost Per Mille) b) CPC (Cost Per Click) c) ROI (Return on Investment) d) Reach (Охват)	ПК-1.
3.	c)	Какой тип таргетинга позволяет показывать рекламу пользователям, похожим на ваших существующих клиентов? a) Географический таргетинг b) Демографический таргетинг c) Look-alike таргетинг d) Поведенческий таргетинг	ПК-1.
4.	b)	Что такое GDPR и какое отношение он имеет к цифровой рекламе? a) Это международная организация, регулирующая рекламный рынок b) Это закон о защите персональных данных, влияющий на сбор и использование данных в рекламе c) Это формат интерактивной рекламы d) Это название нового рекламного формата в социальных сетях	ПК-1.
5.		Дайте характеристику ФЗ РФ «О рекламе»	ПК-1.
6.		Дайте определение контекстной рекламы. Для чего ее используют?	ПК-1.
7.		Какие инструменты и метрики можно использовать для оценки эффективности	ПК-1.

		рекламной кампании в социальных сетях?	
8.		Какие этические проблемы могут возникнуть в контексте таргетинга и персонализации рекламы? Как их можно избежать?	ПК-1.
9.		Опишите основные компоненты экосистемы цифровой рекламы и роль каждого из них.	ПК-1.
10.		Что такое оферта? Понятие «публичная оферта»	ПК-1.

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».

3. Критерии оценивания компетенций*

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он знает разновидности современной рекламы в отечественном и зарубежном медиапространстве. Владеет навыками продвижения рекламной продукции в современных медиа. Способен создавать рекламный продукт и разрабатывать рекламную кампанию для цифровых медиа.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не знает разновидности современной рекламы в отечественном и зарубежном медиапространстве. Не владеет навыками продвижения рекламной продукции в современных медиа. Не способен создавать рекламный продукт и разрабатывать рекламную кампанию для цифровых медиа.