Политическая реклама

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Компетенции:**

ПКП-1 Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями организации- объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации

ПКП-2 Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией-объектом

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер задания** | **Содержание вопроса** | **Правильный ответ** | **Компетенция** |
|  | Каким основным законодательным актом определяется перечень объектов рекламирования, реклама которых запрещена в Российской Федерации? | Федеральным законом «О рекламе» | ПКП-1 |
|  | Как называется в соответствии с Федеральным законом «О рекламе» информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. | Реклама | ПКП-1 |
|  | Дайте определение понятию «ненадлежащая реклама»? | Ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ | ПКП-1 |
|  | Как называется лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму. | Рекламопроизводитель | ПКП-1 |
|  | Как называется лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. | Рекламораспространитель | ПКП-1 |
|  | Как называются лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама. | Потребители рекламы | ПКП-1 |
|  | Как называется информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства. | Социальная реклама | ПКП-1 |
|  | Что такое слоган? | Слоган – это краткая оригинальная фраза, выражающая основную идею всех сообщений в рамках рекламной кампании. | ПКП-2 |
|  | На какой орган возложен федеральный государственный контроль (надзор) в сфере рекламы? (в соответствии с Федеральным законом «О рекламе») | Федеральный государственный контроль (надзор) в сфере рекламы осуществляется антимонопольным органом (Федеральной антимонопольной службой). | ПКП-2 |
|  | Что такое рекламная кампания? | Рекламная кампания - это система спланированных рекламных мероприятий, объединённых одной идеей (концепцией) для достижения конкретной цели. У рекламной кампании должны быть определены период времени и целевая аудитория, на которые она рассчитана. | ПКП-2 |
|  | Как называется стратегия проектных изменений в идеологии бренда и его восприятия, которая касается как компании в целом, так и отдельного продукта (смена названия, корпоративного стиля, легенды и философии бренда)? | Ребрендинг | ПКП-2 |
|  | Как называется комплекс устойчивых представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик продукта, который отличает товар одного продавца от товаров других продавцов и представляет собой популярную торговую марку. | Бренд | ПКП-2 |
|  | Какая составляющая бренда подчеркивает индивидуальность бренда, через легко узнаваемое изображение и служит элементом визуализации бренда? | Логотип | ПКП-2 |
|  | Как называется творческая функция рекламного агентства по составлению рекламных текстов и выполнению художественных работ? | Креатив | ПКП-2 |
|  | Какая из четырех функций рекламы обеспечивает ознакомление потребителя с новым товаром, услугой, организацией и идеей? | Информационная | ПКП-2 |
|  | Дайте определение понятию «сегментирование». | Сегментирование - это процесс, в ходе которого в рамках рекламной кампании потребителей делят по каким-либо характеристикам | ПКП-2 |
|  | Как называется планирование рекламных кампаний, основа которого заключается в выборе медианосителей (ТВ, пресса, радио, наружная реклама, интернет) для доставки рекламного сообщения, а также оптимизации ее размещения по охватным, стоимостным и прочим характеристикам? | Медиапланирование | ПКП-2 |
|  | Какой этап рекламной кампании отвечает за формирование стратегии и тактики рекламной кампании? | Планирование / этап планирования / action | ПКП-2 |
|  | К какому виду рекламы относятся объемно-пространственные конструкции или установки; щиты различных форм и размеров; стелы; электронные табло; лайтбоксы; растяжки; вывески и рекламные указатели; штендеры? | Наружная реклама / наружная / к наружной / к наружной рекламе | ПКП-2 |
|  | Как называется разновидность графической рекламы, публикуемой в печатных изданиях (газетах, журналах) и на сайтах? | Рекламный модуль | ПКП-2 |

**Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:**

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся

**знает:** базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;

**умеет:** применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски, а также прогнозировать тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор ихразвития с помощью социально одобряемых технологий;

**владеет:** методами мониторинга динамики развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся

**знает:** базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;

**умеет:** применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски;

**владеет:** методами мониторинга динамики развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией.

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся

**плохо знает:** базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;

**плохо умеет:** применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски, а также прогнозировать тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор ихразвития с помощью социально одобряемых технологий;

**плохо владеет:** методами мониторинга динамики развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией.

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся

**не знает:** базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;

**не умеет:** применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски, а также прогнозировать тенденции развития общественных и государственных институтов для оказания воздействия на вектор ихразвития с помощью социально одобряемых технологий;

**не владеет:** методами мониторинга динамики развития общественных и государственных институтов для создания актуального контента медиапродуктов, востребованного целевой аудиторией.