Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.10.2026 15:55:15
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f4398

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ И, ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного института журналистики и, телевидения и медиакоммуникаций
_____ Ю.В. Шуйская
«17» декабря 2025г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине:
МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриат)

Направление\профиль:
«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Маркетинг и реклама». Направление подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «PR технологии и цифровые коммуникации» / Е.Ю. Дворак – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: Е.Ю. Дворак

Заведующий кафедрой: _____ / Ю. В. Шуйская

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Маркетинг и реклама» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) «Маркетинг и реклама». На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для определения качества освоения обучающимися учебного материала по дисциплине используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Оценочное средство	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Тестирование	Вид контроля, позволяющий оценить изученный теоретический материал.	Вопросы для проведения тестирования
2	Практические задания	Вид контроля, позволяющий оценить умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач	Задания к практическому занятию
3	Контрольная работа	Вид контроля, позволяющий определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций	Задания контрольной работы
4	Самостоятельная работа	Вид контроля, позволяющий оценить проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборку нормативного и иного материала и выполнение других заданий	Задания самостоятельной работы
5	Курсовая работа	Вид контроля, позволяющий выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом	Индивидуальные задания (темы) для курсовой работы
6	Зачет/Зачет с оценкой/Экзамен	Вид контроля, позволяющий выявить степень овладения знаниями, умениями и навыками, необходимыми для дальнейшего	Вопросы для подготовки к зачету/зачету с оценкой/экзамену

		освоения образовательной программы подготовки	

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	Дворак Е.Ю.
Кафедра	Журналистики, медиакоммуникаций и рекламы
Наименование дисциплины	«Маркетинг и реклама»
Факультет / институт	Международный институт журналистики, телевидения и медиакоммуникаций
Направление подготовки / специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	15
Общее время тестирования (мин)	90
Общее количество вопросов/заданий в ФОС	От 10 до 20
Размещенность на веб-сайте Университета примерного перечня вопросов, заданий ФОС – для подготовки обучающихся к прохождению оценки (да / нет)	Да

3.2. Характеристика оцениваемых компетенций.

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	**ИУК-9.1.** Знает теоретические основы процессов саморазвития, самореализации, самоменеджмента, самоорганизации; знает принципы образования в течение всей жизни; возможные перспективы своей профессиональной карьеры; взаимосвязь своей профессии с другими смежными профессиями **ИУК-9.2.** Умеет управлять своим временем; оценивать временные и ресурсные дефициты на основе самоанализа, рефлексии, определять направления работы по восполнению дефицитов; умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни **ИУК-9.3.** Владеет навыками тайм-менеджмента; способами приобретения новых знаний и навыков профессиональной деятельности; владеет опытом практических действий в сфере определения приоритетов своего профессионального роста

4.1. ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.

Тесты содержат набор вопросов, в полном объеме охватывающие изученный теоретический материал по указанной теме (индикаторы ЗНАТЬ). Выполнение тестов позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций. Индивидуальный тестовый сеанс для каждого обучающегося формируется по специальному алгоритму, обеспечивающему заданную тематическую структуру и пропорциональное наличие вопросов разного типа и сложности.

При формировании тестов необходимо использовать задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких правильных ответов из предложенных.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Тема	**Код и формулировка компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции**	**Тест по теме**
Тема 1. Классификация рекламного имени, способы создания и принципы номинации.	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	**ИУК-9.1.** Знает теоретические основы процессов саморазвития, самореализации, самоменеджмента, самоорганизации; знает принципы образования в течение всей жизни; возможные перспективы своей профессиональной карьеры; взаимосвязь своей профессии с другими смежными профессиями	1) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Маркетинг — это: A. только реклама товара B. деятельность по производству товаров C. управление финансами компании D. деятельность по выявлению и удовлетворению потребностей рынка КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D 2) *Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.*

Установите последовательность этапов маркетингового исследования:

1. Сбор данных
2. Определение проблемы и целей
3. Интерпретация результатов
4. Разработка плана исследования
5. Анализ данных
6. Подготовка отчёта

Запишите верный порядок (цифрами) слева направо

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ:

2	4	1	5	3	6

3) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных.

Вопрос: Что такое целевой рынок?

A. все покупатели страны
B. группа потребителей, на которую направлены усилия компании
C. сотрудники организации
D. поставщики сырья

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: В

4) *Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.*

Термин		**Опреде**	
1	Реклама	А	Колич людей увиде реклам сообщ
2	Медиапланирование	Б	Оплач форма неличн продви товара
3	Охват аудитории	В	Кратк меры увелич продаж

			<table><tr><td>4</td><td>Частота контактов</td><td>Г</td><td>Плани размещ реклам канала комму</td></tr><tr><td>5</td><td>Стимулирование сбыта</td><td>Д</td><td>Средн контак реклам одного челове</td></tr></table> КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ <table><tr><td>1</td><td>Б</td></tr><tr><td>2</td><td>Г</td></tr><tr><td>3</td><td>А</td></tr><tr><td>4</td><td>Д</td></tr><tr><td>5</td><td>В</td></tr></table>
Тема 2. Профессия pr-специалиста в обществе и ее специфика	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	**ИУК-9.1.** Знает теоретические основы процессов саморазвития, самореализации, самоменеджмента, самоорганизации; знает принципы образования в течение всей жизни; возможные перспективы своей профессиональной карьеры; взаимосвязь своей профессии с другими смежными профессиями	5) *Тип задания 3*. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Комплекс маркетинга включает: A. товар, цену, распределение, продвижение B. бюджет, штат, отчётность, план C. рекламу, сбыт, закупку, учёт D. миссию, цели, задачи, стратегию КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: А 6) *Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.* Установите последовательность этапов разработки нового товара: 1. Тестирование рынка 2. Генерация идей 3. Разработка и производство 4. Отбор идей 5. Коммерциализация 6. Разработка концепции КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: <table><tr><td>2</td><td>4</td><td>6</td><td>3</td><td>1</td><td>5</td></tr></table> 7) *Тип задания 1. Задания*

			закрытого типа на установление соответствия. **Вид рекламы** / **назначени** 1 Информативная — А Формирует предпочтени марке побуждает покупке. 2 Убеждающая — Б Поддержива осведомлён о товаре. 3 Напоминающая — В Сообщает новинке и характерист 4 Сравнительная — Г Формирует положитель образ комп или бренда. 5 Имиджевая — Д Показывает преимущест перед това конкурентов КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ 1 В 2 А 3 Б 4 Д 5 Г 8) *Тип задания 3*. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Сегментация рынка — это: A. снижение цены B. увеличение объёма производства C. деление рынка на группы потребителей по общим признакам D. регистрация товарного знака КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: С
Тема 3. Профессиограмма профессиипr-специалиста	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных	**ИУК-9.1.** Знает теоретические основы процессов саморазвития,	9) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Реклама — это:

<table>
<tr>
<td></td>
<td>областях жизнедеятельности</td>
<td>самореализации, самоменеджмента, самоорганизации; знает принципы образования в течение всей жизни; возможные перспективы своей профессиональной карьеры; взаимосвязь своей профессии с другими смежными профессиями</td>
<td>A. оплаченная форма неличного продвижения товара
B. личная продажа
C. стимулирование сбыта
D. прямой маркетинг

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: A

10) <u>Тип задания 2.</u> Задания закрытого типа на установление последовательности.
Установите последовательность этапов сегментации рынка:
1. Выбор целевого сегмента
2. Описание сегментов
3. Определение критериев сегментации
4. Оценка привлекательности сегментов
5. Позиционирование товара
6. Изучение рынка

Запишите верный порядок (цифрами) слева направо

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ:
<table>
<tr><td>6</td><td>3</td><td>2</td><td>4</td><td>1</td><td>5</td></tr>
</table>

11) <u>Тип задания 3.</u> Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных.
Вопрос: Что относится к средствам распространения рекламы?

A. себестоимость
B. штатное расписание
C. телевидение, интернет, пресса
D. бухгалтерский баланс

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ:C</td>
</tr>
<tr>
<td>Тема 4. Личность pr-специалиста</td>
<td>УК-9 Способен принимать</td>
<td>ИУК-9.1. Знает</td>
<td>12) <u>Тип задания 2.</u> Задания закрытого типа на установление</td>
</tr>
</table>

	обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	теоретические основы процессов саморазвития, самореализации, самоменеджмента, самоорганизации; знает принципы образования в течение всей жизни; возможные перспективы своей профессиональной карьеры; взаимосвязь своей профессии с другими смежными профессиями	*последовательности* Установите последовательность этапов жизненного цикла товара: 1. Зрелость 2. Рост 3. Разработка 4. Спад 5. Внедрение 6. Выведение с рынка Запишите верный порядок (цифрами) слева направо КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ 3 5 2 1 4 6 13) *<u>Тип задания 1</u>. Задания закрытого типа на установление соответствия.* **Метод продвижения** / **характеристи** 1 Реклама — А Личный контакт продавца покупателе 2 Личная продажа — Б Краткосроч акции, ски конкурсы. 3 PR — В Оплаченное неличное продвижен через ка коммуника 4 Стимулирование сбыта — Г Адресное взаимодейс с потребит без посредник 5 Прямой маркетинг — Д Формирова положител ого имидж доверия. КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ 1 В 2 А 3 Д 4 Б 5 Г

			14) *Тип задания 4.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор двух правильных ответов из предложенных. Вопрос: Какие каналы распространения рекламы существуют? 1. телевидение 2. бухгалтерия 3. интернет 4. инвентаризация 5. налоговый учёт 6. складской учёт КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 1,3 1) Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Жизненный цикл товара включает этапы: A. закупка, хранение, сбыт, учёт B. план, отчёт, аудит, контроль C. внедрение, рост, зрелость, спад D. идея, патент, лицензия, бренд КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: C

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий

5. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/зачета с оценкой/экзамена.

5.1. Вопросы к зачету/зачету с оценкой/экзамену:

1. Маркетинг как наука и практическая деятельность: сущность, цели и задачи.
2. Основные этапы развития маркетинга. Эволюция концепций маркетинга.
3. Комплекс маркетинга (4Р): характеристика элементов и их взаимосвязь.
4. Понятие рынка в маркетинге. Виды рынков и их особенности.

5. Сегментация рынка: понятие, критерии и этапы проведения.
6. Выбор целевого сегмента. Стратегии охвата рынка.
7. Позиционирование товара: сущность, стратегии и этапы.
8. Маркетинговое исследование: цели, этапы и методы сбора информации.
9. Понятие потребительского поведения. Факторы, влияющие на покупателя.
10. Процесс принятия решения о покупке. Роли в покупательском центре.
11. Товар в маркетинге: понятие, уровни и классификация.
12. Жизненный цикл товара: этапы и маркетинговые стратегии на каждом этапе.
13. Разработка нового товара: этапы и причины неудач новинок.
14. Ценовая политика в маркетинге. Основные стратегии ценообразования.
15. Сбытовая политика: каналы распределения и их участники.
16. Реклама: понятие, функции, виды и роль в продвижении товара.
17. Средства распространения рекламы: характеристика и критерии выбора.
18. Медиапланирование: цели, этапы и основные показатели.
19. Методы продвижения: реклама, PR, стимулирование сбыта, личная продажа, прямой маркетинг.
20. Оценка эффективности рекламной кампании: экономические и коммуникативные показатели.

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающимся правильно и полностью раскрыто содержание материала в пределах программы, чётко и правильно даны определения и раскрыто содержание понятий, точно использованы научные и технические термины, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения
хорошо	Выставляется, если обучающимся раскрыто основное содержание материала в пределах программы, даны определения и раскрыто содержание понятий, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения, но присутствуют незначительные нарушения в последовательности изложения, имеются одна-две неточности в содержании ответа

удовлетворительно	Выставляется, если обучающимся содержание учебного материала изложено фрагментарно, не всегда последовательно, не даны определения, не раскрыто содержание понятий, или они изложены с ошибками, допускаются ошибки и неточности в использовании научной терминологии, отсутствуют выводы и обобщения из предыдущего материала, или возможны ошибки в их изложении
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающимся основное содержание учебного материала не раскрыто, не даются ответы на основные вопросы, допускаются грубые ошибки в определении понятий, в использовании терминологии, отсутствуют выводы и обобщения

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий