Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.10.2026 16:05:58
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:
БРЕНДИНГ И НЕЙМИНГ

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 «Брендинг и нейминг». 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 «Брендинг и нейминг» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) «Брендинг и нейминг». 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,	Вопросы для подготовки к зачету/зачету с

		необходимыми для дальнейшего освоения образовательной программы подготовки	оценкой/экзамену

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	Дворак Е.Ю.
Кафедра	Журналистики, медиакоммуникаций и рекламы
Наименование дисциплины	Брендинг и нейминг»
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
ПК-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	**ИПК-2.1 Знать** маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента **ИПК-2.2 Уметь** интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций **ИПК-2.3 Владеть** навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

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. Классификаця рекламного имени, способы создания и принципы номинации.	**ПК-2** Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	**ИПК-2.1 Знать** маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	1) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое бренд? только логотип и фирменный цвет A. только логотип и фирменный цвет B. совокупность восприятий, ассоциаций и обещаний, отличающая продукт C. рекламный бюджет компании D. юридическое название фирмы КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: B 2) *Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.* Установите последовательность этапов нейминга:

1) Генерация идей
2) Брифинг и анализ
3) Юридическая проверка
4) Выбор и тестирование
5) Финальная доработка
6) Регистрация товарного знака

Запишите верный порядок (цифрами) слева направо

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ:

2	1	4	3	5	6

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

Вопрос: Брендбук — это:

A. книга отзывов
B. финансовый отчет
C. руководство по использованию бренда
D. рекламный ролик

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: С

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

Термин		**Определени**	
1	Бренд	А	Система визуальных и вербальных идентификато бренда.
2	Айдентика	Б	Добавочная ценность, ко бренд пр продукту.
3	Позиционирование	В	Совокупност восприятий, ассоциаций обещаний, отличающая

			продукт конкурентов.
4	Бренд-платформа	Г	Миссия, ценн позициониров обещание характер брен
5	Марочный капитал	Д	Образ брен сознании це аудитории относительно конкурентов.

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ

1	В
2	А
3	Д
4	Г
5	Б

Тема 2. Параметры, обеспечивающие эффективность нейма	**ПК-2** Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	**ИПК-2.1 Знать** маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	5) *Тип задания 3*. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Нейминг — это: A. разработка логотипа B. анализ финансовых показателей C. медиапланирование D. процесс создания и выбора названия бренда КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D 6) *Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.* Установите последовательность этапов ребрендинга: 1) Обновление айдентики 2) Аудит текущего бренда 3) Внешний запуск 4) Разработка новой стратегии 5) Оценка результатов Запишите верный порядок (цифрами) слева направо КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2 4 1 6 3 5

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

	Термин		**Определени**
1	Нейминг	А	Исследова звучания эмоциональ восприят названи
2	Нейм-тест	Б	Процесс созда выбора на бренда.
3	Фоносемантика	В	Смысловое зн и ассо названия.
4	Семантика названия	Г	Официально зарегистрирова обозначение, охраняемое зак
5	Товарный знак	Д	Проверка назва запоминаемост отношение ассоциации аудитории.

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ

1	Б
2	Д
3	А
4	В
5	Г

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

Вопрос: Позиционирование бренда — это:

A. юридическая регистрация
B. место на складе
C. цена товара
D. образ бренда в сознании целевой аудитории относительно конкурентов

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D

Тема 3. Технологии разработки нейма.	**ПК-2** Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	**ИПК-2.1 Знать** маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	9) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое ребрендинг? A. смена бухгалтера B. комплексное изменение бренда и его идентичности C. открытие нового склада D. снижение цены КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: В 10) *Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.* Установите последовательность регистрации товарного знака: 1) Подача заявки в Роспатент 2) Проверка уникальности 3) Формальная экспертиза 4) Экспертиза по существу 5) Выдача свидетельства 6) Публикация и возражения Запишите верный порядок (цифрами) слева направо КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2 | 1 | 3 | 4 | 6 | 5 11) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Целевая аудитория бренда — это: A. все покупатели мира B. только сотрудники компании C. группа потребителей, на которую

<table>
<tr><td></td><td></td><td></td><td>направлены позиционирование и коммуникации

D. поставщики

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: С</td></tr>
<tr><td>Тема 4. Логотип в рекламном имени</td><td>ПК-2 Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ</td><td>ИПК-2.1 Знать маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</td><td>12) <u>Тип задания 2.</u> Задания закрытого типа на установление последовательности
Установите последовательность разработки логотипа:

1) Векторизация и цвет
2) Сбор информации о бренде
3) Передача файлов и гайдлайнов
4) Создание эскизов
5) Тестирование
6) Выбор концепции

Запишите верный порядок (цифрами) слева направо

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

13) <u>Тип задания 1</u>. Задания закрытого типа на установление соответствия.

<table>
<tr><th colspan="2">Термин</th><th colspan="2">Определение</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Брендбук</td><td>А</td><td>Краткая запоминающаяся фраза, выражающая идею бренда.</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Логотип</td><td>Б</td><td>Комплексное изменение бренда и его идентичности.</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Слоган</td><td>В</td><td>Руководство по использованию бренда.</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Ребрендинг</td><td>Г</td><td>Графическое начертание названия или знака бренда.</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Гайдлайн</td><td>Д</td><td>Инструкция по правилам применения элементов айдентики.</td></tr>
</table>

КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ</td></tr>
</table>

			<table><tr><td>1</td><td>В</td></tr><tr><td>2</td><td>Г</td></tr><tr><td>3</td><td>А</td></tr><tr><td>4</td><td>Б</td></tr><tr><td>5</td><td>Д</td></tr></table> 14) *Тип задания 4.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор двух правильных ответов из предложенных. Вопрос: Что включает бренд-аудит? 1) расчёт зарплат 2) анализ восприятия аудитории 3) закупку оборудования 4) анализ конкурентов 5) налоговая декларация 6) анализ конкурентов КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: 2, 4 15) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что не относится к критериям удачного названия? A. запоминаемость B. соответствие позиционированию C. юридическая проверяемость D. чрезмерная длина и сложность произношения КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D

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. Дайте определение понятия «бренд». Чем бренд отличается от товара и торговой марки?
2. Что такое нейминг? Перечислите и кратко охарактеризуйте основные этапы разработки названия бренда.
3. Какие критерии используются для оценки удачности названия бренда?
4. Охарактеризуйте основные виды названий брендов (абстрактные, ассоциативные, описательные, аббревиатурные, топонимические). Приведите примеры.
5. Что такое айдентика бренда? Какие элементы она включает?
6. Раскройте понятие «бренд-платформа». Какие компоненты в неё входят?
7. Что такое позиционирование бренда? Какие факторы необходимо учитывать при позиционировании?
8. Дайте определение марочного капитала (brand equity). Какие факторы влияют на его формирование?
9. Что такое ребрендинг? В каких случаях он проводится? Приведите примеры.
10. Опишите этапы проведения бренд-аудита.
11. Что такое товарный знак? Какие объекты могут быть зарегистрированы в качестве товарного знака?
12. Какие документы регламентируют использование бренда? Что такое брендбук и гайдлайн?
13. Что такое нейм-тест? Какие методы тестирования названий вы знаете?
14. Раскройте понятие фоносемантики и семантики названия. Как они учитываются при нейминге?
15. Перечислите функции бренда. Как они влияют на потребительское поведение?
16. Что такое целевая аудитория бренда? Как она определяется?
17. Как проводится анализ конкурентов в брендинге? Какие методы используются?
18. Опишите процесс разработки логотипа. Какие требования предъявляются к логотипу?
19. Какие исторические этапы развития брендинга вы можете выделить? Назовите ключевые события.
20. В чём отличие вербальной и визуальной айдентики бренда? Приведите примеры.

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