

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Панарин Андрей Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.09.2025
Уникальный программный ключ:
a5da3d9896e9d535380e3f9a7da4832154ef8302



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский психолого-социальный университет»
Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90/01 № 0008476 (бессрочная)
Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90A01 №0002920 (бессрочно)

Институт психологии
Кафедра социальной психологии

**Фонд
оценочных средств
по дисциплине: «Психология рекламы»**

**Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ**

**Направление
37.03.01 Психология**

**Направленность (профиль)
Социальная психология**

**Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр**

**Форма обучения
Очная, Очно-заочная**

Москва
2025

Лист согласований

Фонд оценочных средств дисциплины «Психология рекламы» предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению 37.03.01 Психология (направленность (профиль) «Социальная психология»).

ФОС рассмотрен и утвержден на заседании кафедры «Кафедра социальной психологии»

протокол № 6 от «18» января 2025 г.

Зав. каф. социальной психологии

Большакова Е.Ю., к. соц.н., доцент

Исполнитель:

доцент кафедры
кафедры
социальной психологии

Араканцева Т.А., к.психолог.н.,

должность

подпись

расшифровка подписи

Согласовано:

Директор Института психологии

Ефимова О.С., к.пс.н., доцент

1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций.	<u>Контактная работа:</u> <u>Лекции</u> <u>Семинары</u> <u>Практические занятия</u> <u>Самостоятельная работа</u>
		УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	<u>Контактная работа:</u> <u>Лекции</u> <u>Семинары</u> <u>Практические занятия</u> <u>Самостоятельная работа</u>

Раздел 2. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ

ТИПОВЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Инструкция
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов	Прочитайте текст и выберите правильный ответ (Если несколько ответов, то прочитайте текст и выберите правильные ответы)
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы обосновывающие выбор ответа
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы обосновывающие выбор ответов

СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания
Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным если правильно установлены все соответствия	Верно/неверно
Задания закрытого типа на установление правильной последовательности	Задание закрытого типа на установление правильной последовательности считается верным если правильно указываются все последовательности	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором одного верного ответа с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указан ответ и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно
Задания комбинированного типа с выбором нескольких ответов с обоснованием	Задание комбинированного типа с выбором нескольких ответов из предложенных с обоснованием считается верным если правильно указаны ответы и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	Верно/неверно

3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

3.1. Задания для проведения текущего контроля обучающихся

Тема дисциплины	Содержание вопроса*	Компетенции	Уровень освоения
Тема 1. Реклама и PR как социально-экономические явления. Состояние проблемы изучения рекламы в психологии .	1. В рекламе сосредоточенность потребителя в данный момент времени на внутренних или внешних, созданных благодаря рекламе, образах товара или услуги: а) внимание + б) установка в) потребность	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Базовый 1-3 минуты
	2. К группе демонстрационно-изобразительных средств рекламы относятся: а) выкладки товара б) витрины, муляжи + в) фотореклама, световая реклама	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Повышенный 3-5 минут

	3. Aidma-model – это модель восприятия рекламы, подразумевающая следующую цепочку: “Внимание – Интерес – ____ – Мотив – Действие”: а) Восприятие б) Потребность в) Желание +	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Высокий 5 -10 минут
Тема 2. Психологические аспекты экономического поведения человека.	4. Поддержание осведомленности, удержание в памяти потребителей информации о товаре в промежутках между покупками — эта функция рекламы называется: а) напоминанием + б) увещанием в) убеждением	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Базовый 1-3 минуты
	5. Базовыми теориями в психологии рекламы стали психоанализ, гештальтпсихология, теории мотивации, позже популярность приобрели психотехнологии, действующие на подсознание человека, так ли это: а) нет б) отчасти в) да +	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Повышенный 3-5 минут
	6. К живописно-графическим средствам рекламы относятся: а) буклет б) панно + в) табло	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Высокий 5 -10 минут
Тема 3. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации.	7. В рамках гештальтпсихологии были разработаны особенности восприятия звука, формы, цвета в рекламе, законы мнемических процессов, определяющие частоту повторов рекламы, ее структурированность для		Базовый 1-3 минуты

Проблемы психологической экспертизы рекламы.	удобного запоминания, так ли это: а) нет б) отчасти в) да +		
	8. Согласно закона «О рекламе» в процессе рекламы алкогольных и табачных изделий запрещается: а) демонстрация процессов курения и потребления алкогольных напитков + б) сообщать о технологии приготовления и составе данных изделий в) использование для рекламы образов физических лиц в возрасте после 65 лет	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Повышенный 3-5 минут
	9. По способам воздействия на потребителя реклама делится на два вида: рациональная и: а) социальная б) информационная в) эмоциональная +	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Высокий 5 -10 минут
	10. Формирование у аудитории чувства прекрасного, воспитание хорошего вкуса — это задача рекламы: а) экономическая б) эстетическая + в) общественная	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Базовый 1-3 минуты
	11. Главные психологические проблемы личных продаж – это проблемы непосредственной коммуникации продавца и покупателя, так ли это: а) нет б) отчасти в) да +	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Повышенный 3-5 минут
	12. Часть организационной структуры субъекта рекламы с функциями,	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и	Высокий 5 -10 минут

	определяющими рекламную деятельность, называется: а) художественный совет б) рекламный отдел + в) плановый отдел	групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	
Тема 4. Психологические аспекты деятельности по связям с общественностью.	13. Создателям современной рекламы необходимо учитывать следующие механизмы межличностного восприятия: идентификация, эмпатия, стереотипизация, психологическая рефлексия, так ли это: а) нет б) отчасти в) да +	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Базовый 1-3 минуты
	14. Журналы как рекламные средства характеризует такая особенность, как: а) быстрота воздействия на потребителя б) широкие возможности полимодального воздействия на человека в) значительное число «вторичных» читателей +	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Повышенный 3-5 минут
	15. Целью рекламной активности не является изменение и/или стандартизация поведения, эмоций или содержания памяти, так ли это: а) нет + б) отчасти в) да	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	Высокий 5 -10 минут

** Прочитайте текст и выберите правильный ответ*

3.2. Задания для проведения промежуточной аттестации

Перечень вопросов к зачету

1. Психические свойства, процессы и состояния, влияющие на восприятие рекламного сообщения.
2. Методология исследования мотивации потребителя и тестирования рекламного креатива.
3. Модели принятия решения о покупке и их учет при разработке рекламного креатива.
4. Рациональные и эмоциональные факторы решения о покупке и рекламного

- воздействия.
5. Механизмы убеждения и научения в рекламных коммуникациях.
 6. Социальные стереотипы потребителей: их использование или разрушение в рекламе.
 7. Фокус-группа как метод изучения потребителей и тестирования рекламного креатив.
 8. Свойства и закономерности восприятия цвета и формы в рекламе.
 9. Индивидуальные различия: черты и типы личности – их использование в рекламе.
 10. Влияние рекламы на отдельные потребительские сегменты: национальные, возрастные, гендерные.
 11. Нейролингвистическое программирование (НЛП) в рекламе.
 12. Мотивация потребления и стимулирование покупки: особенности рекламного воздействия.
 13. Психологическая структура рекламной деятельности: психология аналитической, креативной и коммуникационной видов деятельности.
 14. Психотехнология рекламных средств без обратной связи и средств с обратной связью.
 15. Психографические сегменты потребителей и реклама.
 16. Психология воздействия текста и иллюстрации в рекламе.
 17. Методология поискового исследования мотивации потребителей для разработки рекламного сообщения.
 18. Психоллингвистика и семиотика рекламного сообщения.
 19. Психологические аспекты принятия решений в рекламном бизнесе.
 20. Эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Перевод баллов в оценку:

<i>4-балльная шкала</i>	<i>отлично</i>	<i>хорошо</i>	<i>удовлетворительно</i>	<i>неудовлетворительно</i>
<i>100 балльная шкала</i>	<i>90-100</i>	<i>70-89</i>	<i>50-69</i>	<i>0-49</i>
<i>Бинарная шкала</i>	<i>Зачтено</i>			<i>Не зачтено</i>

Оценивание устного опроса (индивидуального, фронтального)

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично	1. Правильность формулировок и раскрытия содержания	Приводит точные определения основных понятий, правильно раскрывает содержание категорий. Доказательно объясняет

	категорий 2. Отражение закономерностей развития процессов и явлений, раскрытие причинно-следственных связей 3. Самостоятельность суждений по отдельным проблемам 4. Аргументация авторской позиции 5. Наглядность и иллюстративность примеров	закономерности развития, раскрывает причинно-следственные связи Демонстрирует полную самостоятельность суждений по отдельным проблемам Аргументирует авторскую позицию в полной мере Раскрывает на примерах изученные теоретические положения Демонстрирует глубокие и прочные знания в системе междисциплинарных связей Правильно раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью
Хорошо	6. Интеграция знаний из междисциплинарных областей 7. Наличие связей теоретических положений с практикой (будущей профессиональной деятельностью)	Допускает некоторые неточности при определении основных понятий и раскрытии содержания категорий Допускает незначительные неточности при объяснении закономерностей развития, раскрытии причинно-следственных связей Демонстрирует значительную самостоятельность суждений по отдельным проблемам Аргументирует авторскую позицию в значительной степени Допускает ошибки в примерах по изученным теоретическим положениям Допускает неточности при интеграции знаний из междисциплинарных областей Допускает некоторые неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью
Удовлетворительно		Допускает существенные неточности или использует недостаточно

		правильные формулировки основных категорий Допускает существенные неточности при объяснении закономерностей развития, раскрытии причинно-следственных связей Демонстрирует частичную самостоятельность суждений по отдельным проблемам Слабо аргументирует авторскую позицию Испытывает затруднения при иллюстрации примерами теоретических положений Испытывает затруднения при интеграции знаний из междисциплинарных областей Допускает существенные неточности при раскрытии связей теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью
Неудовлетворительно		Не раскрывает содержания категорий. Отсутствует объяснение закономерностей развития, раскрытие причинно-следственных связей. Суждения по отдельным проблемам отсутствуют. Аргументация отсутствует. Примеры отсутствуют. Не использует знания из междисциплинарных областей. Не раскрывает связи теоретических положений с практикой и будущей профессиональной деятельностью.

Оценивание выполнения тестов

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
<i>Отлично</i>	1. Полнота выполнения тестовых задания; 2. Своевременность выполнения задания; 3. Правильность ответов на вопросы; 4. Самостоятельность тестирования; 5. и т.д.	Выполнено 90 и более % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос
<i>Хорошо</i>		Выполнено 70 и более % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
<i>Удовлетворительно</i>		Выполнено 50 и более % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
<i>Неудовлетворительно</i>		Выполнено 49 и менее % заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях)

Оценивание ответа на зачете

бинарная шкала	Показатели	Критерии
Удовлетворительно	1. Полнота изложения теоретического материала; 2. Полнота и правильность решения практического задания; 3. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий); 4. Самостоятельность ответа; 5. Культура речи; 6. и т.д.	Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.
		Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.

		Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.
Неудовлетворительно		Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.
		Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский психолого-социальный университет»

Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)

Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

Институт психологии
Кафедра социальной психологии

КЛЮЧИ ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ К ФОНДУ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине: «Психология рекламы»

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Направление
37.03.01 Психология

Направленность (профиль)
Социальная психология

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, Очно-заочная

Москва
2025

Ключи к заданиям для проведения текущего контроля обучающихся

Тест

Номер задания	Правильный ответ
1.	А
2.	Б
3.	В
4.	А
5.	В
6.	Б
7.	В
8.	А
9.	В
10.	Б
11.	В
12.	Б
13.	В
14.	В
15.	А

Составитель программы:

Араканцева Т.А., к.психолог.н.,
доцент кафедры социальной психологии