

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Панарин Андрей Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 28.06.2025 18:34:00

Уникальный программный ключ:

a5da3d9896e9d535580e3f9a7da4892154ef8502



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)

Международный институт консультативной психологии, психоанализа и
нейропсихологии

**Фонд
оценочных средств**

по дисциплине: «Политическая реклама»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения: очная

Москва

2026 год

Фонд оценочных средств дисциплины «Политическая реклама» предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры организационной психологии и психологии труда

протокол № 6 от «25» декабря 2025 г.

зав. кафедрой организационной психологии
и психологии труда

Небродовская-Мазур Е.Ю.



Исполнитель:
доцент кафедры организационной психологии
и психологии труда

Матвеева И.П.



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 -1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
ПК-6	способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <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.

2.1. 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
Задания с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый

	обоснованный ответ
--	---------------------------

2.2. 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
Задания открытого типа с развернутым ответом	Задания открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталоном по содержанию и полноте.	Верно/неверно

2.3. 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

2.3.1. Задания для проведения текущего контроля обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
<i>Прочитайте текст и выберите все правильные ответы</i> 1.Отрасль политологии, в которой путем сравнения выделяют общие черты и специфические различия разнообразных политических объектов, называется: А. Теория политики Б. Прикладная политология В. Сравнительная политология	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор ПК-6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного	Базовый 1-3 минуты

2. Какой период развития характерен для современной политической науки? А. Бихевиористский Б. Постбихевиористский В. Институциональный 3. Кто из философов утверждал, что государство не может быть продуктом общественного договора? А. Т. Гоббс Б. Г.В.Ф. Гегель В. Ж.Ж. Руссо Г. Дж. Локк 4. Представительство интересов политического меньшинства осуществляется... А. Массовой партией Б. Оппозиционной партией В. Правительственной партией Г. Кадровой партией 5. Кому принадлежит определение человека как «политического животного»? А. Сократу Б. Т. Гоббсу В. Ж.Ж. Руссо Г. Аристотелю 6. Какая из приведенных ниже идей не была характерна для русской политической мысли периода Средневековья? А. Церковная власть должна иметь превосходство над светской властью Б. Царская власть имеет божественное происхождение В. Светская власть должна иметь превосходство над церковной властью 7. Какой способ влияния на органы власти составляет основу нелегального лоббизма? А. Прямой подкуп должностных лиц Б. Личные встречи, контакты, переговоры В. Использование методов пи-ар для формирования общественного мнения Г. Финансирование избирательных компаний 8. Особый вид государственного устройства, основанный на безусловном подчинении всех граждан и общества в целом системе права, носит название: А. Социального государства Б. Тоталитарного государства В. Правового государства 9. Избирательная система, при которой избранным является тот кандидат, за которого было подано больше всего голосов – это: А. Мажоритарная система	продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	
---	---	--

Б. Пропорциональная система В. Смешанная система Г. Преференциальная система 10. Понятие «форма правления» означает... А. Административно-территориальное деление страны Б. Структуру высших органов власти в государстве и распределение власти между ними В. Политический режим в государстве Г. Легитимность власти		
<i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i> 11. В Российской Федерации президент... А. Может распустить верхнюю палату парламента Б. Не может распустить нижнюю палату парламента В. Может распустить нижнюю палату парламента 12. Какое определение политического института характерно для современной политологии? А. Это реальные государственные учреждения, партии, бюрократия Б. Это комплекс правил, принципов, норм и установок, характеризующих качество политической системы общества и регулирующих политическое поведение и деятельность людей 13. В президентской республике правительство несет политическую ответственность перед: А. Президентом Б. Парламентом В. Верховным судом 14. Формой правления в Российской Империи XIX века была... А. Парламентская республика Б. Президентская республика В. Парламентская монархия Г. Абсолютная монархия 15. Совокупность политических институтов, осуществляющих верховную власть на определенной территории, носит название: А. Парламента Б. Гражданского общества В. Государства Г. Империи 16. В какой стране возникла политическая наука? А. Россия Б. Франция В. Великобритания Г. США 17. Какую функцию бюджета немецкий экономист Ф. Ноймарк назвал особенно важной? А. финансово-контрольную	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор ПК-6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Повышен ный 3-5 минут

Б. финансово-политическую В. экономико-политическую Г. политическую 18. Основная модификация названия теории рационального выбора: А. неoinституционализм Б. Теория игр В. бихевиоризм Г. теория фракталов 19. Из-за чего ряд отраслей и сфер деловой активности не представляют интереса для частного предпринимательства? А. из-за отсутствия средств Б. из-за лени В. из-за страха Г. из-за невыгодности 20. Работу «Экономическая теория демократии», с которой началась экспансия экономической науки в политическую, написал... А. Э. Даунс Б. Т. Шеллинг В. Р. Ауманн Г. П. Ордешук		
ОТКРЫТЫЕ ЗАДАНИЯ Закончите предложения: В качестве политической рекламы выступает как осязаемый <i>политический продукт</i> ¹ (политическая организация или объединение, политический деятель, политический проект, политическое действие), так и неосязаемый (политические программы, инициативы, идеи, отношения, практики), предназначенный для осуществления определенных общественных изменений. Специфической политической рекламы является четкая, предельно ясная определенность ее цели и предмета, и активный, часто агрессивный характер ее коммуникационного воздействия. Достижение отдельных политической рекламы чаще всего заключается в том, чтобы побуждать людей осуществлять определенные действия, имеющие политические последствия, участвовать в тех или иных политических процессах, включая делегирование различных полномочий, в том числе путем выборов. Политическая реклама представляет собой одну из специфических форм массовой	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор ПК-6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Высокий 5-10 минут

коммуникации, то есть безличностного обмена информацией		
..... Политическая реклама распространяет информацию о политических силах, их предложениях, целях, намерениях и действиях.		

Темы для докладов

1. PR-технологии в политическом менеджменте.
2. PR-технологии в избирательной кампании.
3. Информационные технологии агитационно-пропагандистского типа.
4. Политическая реклама как форма политической коммуникации.
5. Технологии организации и проведения специальных событий
6. Роли политического PR политической рекламы в региональной избирательной кампании.
7. PR-технологии формирования имиджа и репутации политика/организации.
8. PR-стратегии снижения имиджа конкурента.
9. PR- стратегии восстановления имиджа.
10. Политики и общественное мнение.
11. Технологии манипулирования общественным сознанием.
12. Роль СМИ и политической рекламы в манипуляциях общественным сознанием.
13. Технологии «цветных революций» и алгоритм смены политического режима.
14. Технологии противодействия «цветным революциям».

2.3.2. Задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Содержание вопроса	Компетенции	Уровень освоения
Прочитайте текст и выберите правильный ответ 21. Реформа властной вертикали в Российской Федерации началась... А. 1995 Б. 2000 В. 1986 Г. 2010 22. Какой из трех основных источников власти, по мнению О. Тоффлера, является определяющим в современном мире: А. Сила Б. Богатство В. Знание 23. Что означает легитимность власти по М. Веберу: А. выборность власти Б. признание власти В. законность власти Г. божественность власти 24. Сущность парламентской модели заключается... А. в приоритете представительной (законодательной) власти над исполнительной	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор ПК-6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Базовый 1-3 минуты

Б. в приоритете исполнительной власти над представительной (законодательной) В. в существовании в государстве парламента Г. в приоритете представительной (законодательной) власти над исполнительной 25. Какой из перечисленных компонентов не включен в политическую систему? А.регулятивный Б. экономический В. коммуникативный Г. идеологический 26. Двухпартийная система существует в: А. России Б. Украине В. Франции Г. США 27. Какие права из перечисленных НЕ относятся ко второму поколению прав человека? А. право на труд Б. право на жизнь В. право на образование Г. право на социальное обеспечение 28. Основателем теории политических систем считается: А. М. Вебер Б. Д. Истон В. С. Липсет Г. Э. Гидденс 29. К основным демократическим процедурам НЕ относятся... А. референдум Б. презумция невиновности В. голосование 30. Кто четче других выразил суть классической теории демократии? А. Й. Шумпетер Б. О. Конт В. Платон Г. Ж.Ж. Руссо		
<i>Прочитайте текст и выберите правильный ответ</i> 31. Где впервые был проведен знаменитый эксперимент, который сдетонировал создание и развитие концепции «компьютерной демократии»? А. в Новой Зеландии Б. в Санкт-Петербурге В. на Гавайях Г. в США (штат Огайо)	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор ПК-6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации	Повышенный 3-5 минут

32. Этимология слова «демократия» означает... А. Власть богатых Б. Власть народа В. Власть бедных Г. Власть умных 33. Политическая социализация – это... А. процесс усвоения личностью образцов поведения Б. формирование «гражданина мира» В. политическая деятельность по регулированию социальных отношений 34. Решение всех проблем политической жизни зависит от соответствия системы политических институтов любой страны политическим традициям ее населения. Какая из трех предложенных соответствует политическим традициям России? А. президентская Б. парламентская В. суперпрезидентская 35. Какая из перечисленных черт доминирует в современной политической культуре России? А. идеализация целей Б. гражданственность В. альтруизм Г. персонификация политики 36. Специфика политической культуры России, по мнению многих исследователей заключается... А. в этатизме Б. в безграничной свободе В. в симбиозе свободы и этатизма 37. Самой распространенной и массовой формой политического участия является: А. членство в партиях Б. голосование на выборах В. профессиональная политическая деятельность Г. журналистская деятельность 38. Какой минимальный процент голосов для победы на выборах необходимо получить по мажоритарной системе абсолютного большинства? А. 80% Б. 51% В. 50% Г. 50% + 1 голос 39. Электорат – это: А. люди, работающие на электростанциях Б. люди, баллотирующиеся на выборные должности В. люди, обладающие правом политического голоса Г. люди, уклоняющиеся от участия в выборах	коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	
--	---	--

40. Абсентеизм – это: А. употребление абсента Б. участие в выборах В. участие в ток-шоу Г. уклонение от участия в политике		
ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ 6. В соответствии с типами объектов рекламирования политическая реклама подразделяется на следующие основные группы: 1. 2. 3. 7. Политическая реклама способствует распространению той или иной системы взглядов на действительность, в которых осознаются и оцениваются общественные отношения с точки зрения определенной социальной группы. 8. определяется как оплачиваемые кандидатом, избирательным объединением либо иным лицом, действующим в интересах кандидата, избирательного объединения, сообщения, материалы, побуждающие, призывающие граждан совершить предлагаемые действия. 9. — лицо, выдвинутое в установленном законом порядке в качестве претендента на замещаемую посредством прямых выборов должность или на членство в органе государственной власти или органе местного самоуправления либо зарегистрированное соответствующей избирательной комиссией в качестве кандидата. 10. — общественное объединение, созданное в целях участия граждан в политической жизни общества посредством формирования и выражения их политической воли, участия в общественных и политических акциях, в выборах и референдумах, а также в целях представления интересов граждан в органах государственной власти и органах местного самоуправления.	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор ПК-6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Высокий 5-10 минут

2.3.3. Вопросы промежуточной аттестации

1. Основные понятия и категории политического маркетинга и место политической рекламы в нем.

2. Определения политической рекламы
3. Функции политической рекламы.
4. Субъекты и предмет политической рекламы.
5. Цели и задачи политической рекламы.
6. Виды политической рекламы.
7. История развития политической рекламы.
8. Взаимосвязь политической рекламы с другими технологиями политического маркетинга (пропаганда, PR).
9. Закономерности, условия и механизмы влияния политической рекламы на политическую активность масс в обществе.
10. Реклама как вид политической коммуникации.
11. Характеристика различных видов рекламы.
12. Природа психологического воздействия в политической рекламе.
13. Что такое электоральный выбор кандидата? Какие факторы на него влияют?
14. Их каких элементов состоит механизм психологического воздействия политической рекламы на электорат?
15. Типология электората.
16. Методы политической рекламы.
17. Средства политической рекламы.
18. Контактные формы политической рекламы.
19. Неконтактные формы политической рекламы.
20. Жанры политической рекламы в прессе.
21. Группы жанров в политической рекламе на телевидении.
22. Формы политической рекламы на ТВ: ролик.
23. Формы политической рекламы на ТВ: видеоклип.
24. Формы политической рекламы на ТВ: видеофильм, рекламная телепередача.
25. Основные преимущества интернет-среды для организации рекламных и ПР-кампаний в политике.
26. Типы сетевых ресурсов: информационные, презентационные, интерактивные.
27. Печатные жанры политической рекламы.
28. Формы непосредственной коммуникации с избирателями.
29. Основные нормы правового регулирования политической рекламы.
30. Оценка эффективности политической рекламы.

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

№ п/п	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор ПК-	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рабочую программу дисциплины, нормативную, основную и дополнительную учебную литературу. Основное в подготовке к сдаче зачета - это повторение всего	1)«зачтено» - правильность ответов на вопросы билета (верное, четкое, достаточно глубокое изложение идей, понятий, фактов, нормативно-правового материала и т.п.) и правильное разрешение задачи; полнота и лаконичность ответа;

	6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	материала дисциплины. При подготовке к сдаче зачета обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. В период подготовки к зачету обучающийся вновь обращается к уже изученному (пройденному) учебному материалу. Подготовка обучающегося к зачету включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах (тестах) зачета. Зачет проводится по вопросам (тестам), охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения.	степень использования и понимания научных и нормативных источников; умение связывать теорию с практикой; логика и аргументированность изложения материала; грамотное комментирование, приведение примеров, аналогий; культура речи; 2) «не зачтено» предполагает, что обучающимся либо не дан ответ на вопрос и (или) не решена предложенная задача, либо обучающийся не знает основных понятий, не может определить предмет дисциплины.
2.	Тестирование УК-1.3 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор ПК-6.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Полнота знаний теоретического контролируемого материала. Количество правильных ответов	«отлично» - процент правильных ответов = > 80%; «хорошо» - процент правильных ответов = > 65%; «удовлетворительно» - процент правильных ответов = > 50%; «неудовлетворительно» - процент правильных ответов < 50%.

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося. Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Исключение составляет устный опрос, который может проводиться в начале или конце лекции в течение 15-20 мин. с целью закрепления знаний терминологии по дисциплине. При оценке компетенций принимается во внимание формирование

профессионального мировоззрения, определенного уровня включённости в занятия, рефлексивные навыки, владение изучаемым материалом.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

Текущая аттестация обучающихся. Текущая аттестация обучающихся по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО МПСУ и является обязательной.

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся и осуществляется преподавателем дисциплины.

Объектами оценивания выступают:

- 1) учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- 2) степень усвоения теоретических знаний в качестве «ключей анализа»;
- 3) уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- 4) результаты самостоятельной работы (изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных обучающимся работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

Кроме того, оценивание обучающегося проводится на текущем контроле по дисциплине. Оценивание обучающегося на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание обучающегося носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период с выставлением оценок в ведомости.

Промежуточная аттестация обучающихся. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с локальными нормативными актами ОАНО ВО «МПСУ» и является обязательной.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с учебным планом в виде **экзамена** в период зачётно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения.

Обучающиеся допускаются к экзамену в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Оценка знаний обучающегося на зачёте определяется его учебными достижениями и результатами текущего контроля знаний и выполнением им заданий.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой дисциплины.

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности обучающегося
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять

	ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом практических занятий, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; формирования умений использовать основную и дополнительную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию практических умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы обучающихся: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; поиск необходимой информации в сети Интернет; подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к зачету с оценкой). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; основную и дополнительную литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы обучающихся, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, которое включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной

	тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Формы контроля самостоятельной работы: просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; рефлексия выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии – предоставление обратной связи; проведение устного опроса.
Опрос	Устный опрос по основной терминологии может проводиться в процессе практического занятия в течение 15-20 мин. Позволяет оценить полноту знаний контролируемого материала.
Тест	Тест включает в себя 20 вопросов с вариантами ответов. На тестирование отводится 40 минут. Каждый вариант тестовых заданий включает 20 вопросов. За каждый правильный ответ на вопрос даётся 5 баллов. Для зачета по тестированию необходимо набрать 50% и более правильных ответов.
Доклад	Текст доклада должен составлять 3-5 печатных листа. Данный объем текста обеспечит выступление студента в течение 7-10 минут. Структура доклада традиционно состоит из трех разделов: введения, основной части и заключения. Доклад желательно сопровождать презентацией.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче зачета по дисциплине «Маркетинг» - это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать промежуточную аттестацию. При подготовке к сдаче зачета обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка обучающегося к зачету включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах зачета. Зачет проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения. Для успешной сдачи зачета по дисциплине обучающиеся должны принимать во внимание, что: все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы обучающимся; семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, более высокой оценке на зачете с оценкой; готовиться к промежуточной аттестации необходимо начинать с первого практического занятия.
Подготовка к	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на

экзамену	конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче экзамена по дисциплине— это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать зачет. При подготовке к экзамену обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка к экзамену включает в себя три этапа: • самостоятельная работа в течение семестра; • непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса; • подготовка к ответу на задания, содержащиеся в билетах (тестах). Для успешной сдачи экзамена по дисциплине «Маркетинг» обучающиеся должны принимать во внимание, что: • все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; • указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы студентом; • практические занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, более высокой оценке на экзамене; готовиться к экзамену необходимо начинать с первой лекции.
----------	---



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)

КЛЮЧИ ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ К ФОНДУ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По дисциплине: «ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере»

Форма обучения: очная

Москва
2025 год

ОТВЕТЫ К ТЕСТУ:

- 1.В**
- 2.А**
- 3А**
- 4. Б**
- 5.А**
- 6. В**
- 7. В**
- 8. В**
- 9.А**
- 10. А**
- 11.Б**
- 12. А**
- 13. В**
- 14.В**
- 15 . Б**
- 16. Б**
- 17. А**
- 18. Б**
- 19. А**
- 20. Б**
- 21. Б**
- 22. Б**
- 23.А**
- 24. А**
- 25. Б**
- 26. В**
- 27. В**
- 28. А**
- 29.Б**
- 30. В**
- 31. В**
- 32. Б**
- 33. Б**
- 34. А**
- 35. А**
- 36 Б**
- 37. Б**
- 38. Б**
- 39. А**
- 40. В**

Ключи к открытым вопросам для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Социальная реклама»

	ВОПРОС	ОТВЕТ	Уровень освоения / Время выполнения
1.	В качестве..... политической рекламы выступает как осязаемый <i>политический продукт</i> ¹ (политическая организация или объединение, политический деятель, политический проект, политическое действие), так и неосязаемый (политические программы, инициативы, идеи, отношения, практики), предназначенный для осуществления определенных общественных изменений.	объекта	Базовый 1-3 минуты
2.	особенностью политической рекламы является четкая, предельно ясная определенность ее цели и предмета, и активный, часто агрессивный характер ее коммуникационного воздействия.	Специфической	Повышенный 3-5 минут
3.	Достижение отдельныхполитической рекламы чаще всего заключается в том, чтобы побуждать людей осуществлять определенные действия, имеющие политические последствия, участвовать в тех или иных политических процессах, включая делегирование различных полномочий, в том числе путем выборов.	целей	Базовый 1-3 минуты
4.	Политическая реклама представляет собой одну из специфических форм	<i>Коммуникационная функция</i>	Базовый 1-3 минуты

	массовой коммуникации, то есть безличностного обмена информацией		
5.	Политическая реклама распространяет информацию о политических силах, их предложениях, целях, намерениях и действиях.	<i>Информационная функция.</i>	Повышенный 3-5 минут
6.	6. В соответствии с типами объектов рекламирования политическая реклама подразделяется на следующие основные группы: 1. Реклама политической организации. 2. Реклама политического деятеля. 3. Реклама политического проекта.		Базовый 1-3 минуты
7.	Политическая реклама способствует распространению той или иной системы взглядов на действительность, в которых осознаются и оцениваются общественные отношения с точки зрения определенной социальной группы.	<i>Идеологическая функция.</i>	Базовый 1-3 минуты
8.	определяется как оплачиваемые кандидатом, избирательным объединением либо иным лицом, действующим в интересах кандидата, избирательного объединения, сообщения, материалы, побуждающие, призывающие граждан совершить предлагаемые действия.	Предвыборная агитация	Повышенный 3-5 минут
9.	— лицо, выдвинутое в установленном законом порядке в качестве претендента на замещаемую	<i>Кандидат</i>	Повышенный 3-5 минут

	посредством прямых выборов должность или на членство в органе государственной власти или органе местного самоуправления либо зарегистрированное соответствующей избирательной комиссией в качестве кандидата.		
10.	— общественное объединение, созданное в целях участия граждан в политической жизни общества посредством формирования и выражения их политической воли, участия в общественных и политических акциях, в выборах и референдумах, а также в целях представления интересов граждан в органах государственной власти и органах местного самоуправления.	<i>Политическая партия</i>	Высокий 5-7 минут

Составитель: Матвеева Инна Петровна, канд. социол. наук, доцент кафедры организационной психологии и психологии труда