

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутцов  
Должность: директор  
Дата подписания: 05.09.2024 17:16:00  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a670281b13ca9fd2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ**

---

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Утверждены  
решением учебно-методической  
комиссии по направлению  
45.03.05 Медиакоммуникации  
Протокол № 5  
от « 15 » мая 2024 г

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
по дисциплине**

**Б1.В.02 Реклама и PR в современном медиапространстве**

*(код и наименование РПД)*

42.03.05 «Медиакоммуникации»

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

Бакалавр

Очная

Год набора 2025

Санкт-Петербург, 2024 год

Автор(ы)–составитель(и):

кандидат педагогических наук

Юмашева И.А.

Заведующий кафедрой журналистики

и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

№	Код комп.	Тип задания	Вопрос	Ответ
1	ПК-1	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа 1. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это: А) рынок Б) рекламное агентство В) средство распространения рекламы Г) таргетинг	В
2	ПК-1	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа 1. Процесс создания рекламного продукта включает в себя такое количество действий: А) 10 Б) 6 В) 8 Г) 12	Б
3	ПК-1	Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа Современные связи с общественностью управляют: 1) медийные компании и журналисты 2) государственные органы и правительство 3) частные компании и корпорации 4) все ответы верны	4
4	ПК-1	Закрытое (с выбором)	Выберите правильный вариант ответа: Что такое связь с общественностью? 1) процесс взаимодействия компании с обществом 2) форма рекламы в СМИ 3) продажа товаров и услуг 4) сбор информации о конкурентах	1
5	ПК-1	Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите термины и их определения: а) Связи с общественностью б) Общественное мнение с) PR-стратегия 1. определенные четко структурированные действия, направленные на продвижения компании на рынке посредством взаимодействия с целевой аудиторией 2. организованное управление обществ. мнением в пользу заказчика 3. форма массового сознания, в которой проявляется отношение (скрытое или явное) различных групп людей к событиям и процессам действительной жизни, затрагивающим их интересы и потребности.	a 2 b 3 c 1
6	ПК-1	Закрытое (на сопоставление)	Установите соответствие между термином и его автором 1) public relations 2) общественное мнение 3) брэнд а) Дэвид Огилви б) Томас Джефферсон в) Мишель де Монтен	1б 2 в 3 а
7	ПК-1	Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите понятие и их характеристики: 1. бриф а) комплект нескольких текстовых, аудио- и визуальных документов, в которых содержится подробная информация о проекте, организации или событии. лидеры 2. мнений б) круг лиц, обычно граждан государства, обладающих правом голоса при выборах в органы государственной власти, на референдумах и плебисцитах, достигших 18-летнего возраста и не лишенных избирательного права в силу недееспособности или отбывания срока наказания по решению суда.	1 в 2 д 3 б 4 г 5 а

			<p>3.электорат</p> <p>4.лоббирование</p> <p>5.медиа-кит</p>	<p>в) документ согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры рекламной кампании</p> <p>г) совокупность действий частных и общественных организаций, воздействующих на принятие решений законодательной или исполнительной властью.</p> <p>д) люди, способные влиять на установки или поведения других индивидов в нужном направлении.</p>	
8	ПК-1	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: Заказчиком рекламы является...	Рекламодатель	
9	ПК-1	Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение: В рекламной деятельности можно косвенно .... товары конкурента.	дискредитировать	
10	ПК-1	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ «Эхо-фаза» представляет собой...	выражение в конце текста рекламного сообщения, повторяющее его заголовок или основной мотив	
11	ПК-1	Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ? Целевая аудитория (или ЦА) — это...	группа людей, для которых продукция бренда представляет наибольший интерес.	