

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт философии
Кафедра психологии и конфликтологии

УТВЕРЖДАЮ
Директор _____ Скуляр П.П.
(подпись)
« 13 » 03 20 25 года



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Паблик рилейшенз и психология рекламы»
37.03.01 Психология
«Психология»

Разработчик:
Старший преподаватель _____ Кагиян Г. В.
(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры психологии и
конфликтологии

от « 11 » 03 20 25 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой _____ Бугеря Т.Н.
(подпись)

Луганск 2025 г.

Комплект оценочных материалов по дисциплине

«Паблик рилейшенз и психология рекламы»

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ

1. Что такое связь с общественностью:

- А) Процесс взаимодействия компании с обществом
- Б) Форма рекламы в СМИ
- В) Продажа товаров и услуг
- Г) Сбор информации о конкурентах

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.1)

2. Как называется процесс планирования и реализации коммуникационных стратегий для достижения целей связи с общественностью?

- А) Маркетинговые исследования
- Б) Продвижение товаров и услуг
- В) PR-кампания
- Г) Рекламная стратегия

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.1)

3. Что такое кризисное PR?

- А) Способ повышения продаж во время кризиса
- Б) Управление общественным мнением в условиях кризиса
- В) Скрытие информации о кризисе
- Г) Прекращение взаимодействия с общественностью в период кризиса

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.1)

Задания закрытого типа на установление соответствия

Установите правильное соответствие.

Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

1. Установите соответствие между терминами и их содержанием.

Термин

Содержание

1) Public Relations

А) личные отношения

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|
| 2) Personal Relations | Б) отношения с общественностью |
| 3) Public Recognition | В) политическое представительство |
| 4) Political Representation | Г) публичное признание |

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-Г, 4-В

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.1)

2. Установите соответствия между средствами массовой информации и их характеристиками.

Средство массовой информации	Характеристика
1) Телевидение	А) коммуникационная сеть и всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации
2) Радио	Б) это издание, представляющее собой копию издательского оригинал-макета, тиражируемого способом печатания или тиснения
3) Интернет	В) технология электросвязи, предназначенная для передачи на расстояние движущегося изображения. Разделяется на вещательное и прикладное
4) Печатное издание	Г) способ передачи сообщений на расстояние посредством радиоволн, а также область науки и техники, связанная с изучением физических явлений, лежащих в основе этого способа

Правильный ответ: 1-В, 2-Г, 3-А, 4-Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.2)

3. Установите соответствие между термином и его определением.

Термин	Определение
1) PR-кампания	А) совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом

В) PR-стратегия

Г) PR-кампания

Правильный ответ: А, В, Б, Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.2)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Основные когнитивные и эмоциональные характеристики организации, воспринимаемые людьми, проявляющиеся как функционирование личностных смыслов и значений в динамической структуре имиджа отражаются на _____ уровне.

Правильный ответ: знаково-содержательном

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.2)

2. Реальные характеристики объекта имиджа, которые могут быть восприняты аудиторией в функциональной структуре имиджа, относятся к _____ компоненту.

Правильный ответ: объектному

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.2)

3. Психологические особенности целевой аудитории, которые оказывают влияние на формирование имиджа в функциональной структуре имиджа, относятся к _____ компоненту.

Правильный ответ: субъектному

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.3)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Паблик рилейшнз как особый вид управления следует рассматривать с позиции _____ подхода.

Правильный ответ: системного

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.1)

2. Основные психологические категории паблик рилейшнз – это отношение, интерес, общение, взаимопонимание, имидж. _____.

Правильный ответ: конфликт

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.1)

3. Психологическая цель паблик рилейшнз – это изменение устойчивых

отношений, мнений и _____ окружающих людей в благоприятном для организации направлении.

Правильный ответ: поведения

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.1)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Как происходила эволюция рекламы как социального явления?

Время выполнения – 10 мин.

Критерии оценивания: в ответе должны содержаться следующие смысловые элементы: история рекламы, массовая печать, социальные медиа технологии.

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.1)

2. Охарактеризуйте предмет психологии рекламы как науки.

Время выполнения – 10 мин.

Критерии оценивания: ответ должен содержать следующие смысловые элементы: различные формы рекламной деятельности, психологические механизмы воздействия рекламы на население, процессы взаимодействия рекламодателей.

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.3)

3. Назовите социально-психологические механизмы психологического воздействия рекламного сообщения.

Время выполнения – 10 мин.

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее трех следующих смысловых элементов: убеждение, внушение, подражание, заражение, социальное доказательство.

Компетенции (индикаторы): ОПК-6 (ОПК-6.3)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Паблик рилейшенз и психология рекламы» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 37.03.01 «Психология».

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению / специальности.

Председатель учебно-методической комиссии
института философии



С. А. Пидченко

Лист изменений и дополнений

№ п/ п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)