

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

Институт управления и государственной службы
Кафедра маркетинга




(подпись)

Харьковский Р.Г.

2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

«Маркетинговая коммуникационная политика»
38.03.02 Менеджмент
«Маркетинг»

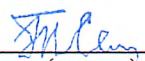
Разработчик:
доцент


(подпись)

Антипова Ю.К.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры маркетинга
от 28 января 2025 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой


(подпись)

Максимова Т.С.

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Маркетинговая коммуникационная политика»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Какие элементы входят в комплекс маркетинговых коммуникаций?

- А) продукт, цена, продвижение, место
- Б) реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи
- В) планирование, бюджетирование, реализация, контроль
- Г) товарная политика, ценовая политика, сбытовая политика, коммуникационная политика

Правильный ответ: Б

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

2. Выберите один правильный ответ.

Какие из перечисленных ниже элементов относятся к основным средствам комплекса маркетинговых коммуникаций?

- А) брендинг, спонсорство, выставки, ярмарки, прямые рассылки
- Б) личные продажи, реклама, стимулирование сбыта, PR, прямой маркетинг
- В) вирусный маркетинг, партизанский маркетинг, нативная реклама, продакт-плейсмент, кросс-промоушн
- Г) все вышеперечисленные элементы

Правильный ответ: Б

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

3. Выберите один правильный ответ.

Какой из приведенных ниже элементов комплекса маркетинговых коммуникаций относится к ATL-коммуникациям?

- А) реклама на телевидении
- Б) прямая почтовая рассылка
- В) промоакция в торговом зале
- Г) спонсорство спортивного мероприятия

Правильный ответ: А

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

4. Выберите один правильный ответ.

Какой из приведенных ниже элементов комплекса маркетинговых коммуникаций относится к BTL-коммуникациям?

- А) реклама на радио
- Б) дегустация товаров в супермаркете
- В) наружная реклама
- Г) использование нативного контента (полезные статьи)

Правильный ответ: Б

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

5. Выберите один правильный ответ.

Какое название имеет хорошо иллюстрированное, многостраничное издание по типу брошюры, страницы которого скреплены, содержащее подробные сведения об одном товаре?

А) листовка

Б) каталог

В) буклет

Г) проспект

Правильный ответ: Г

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

6. Выберите один правильный ответ.

Какое название имеет лист бумаги с текстом и иллюстрацией, сложенный «гармошкой»?

А) брошюра

Б) проспект

В) буклет

Г) открытка

Правильный ответ: В

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

7. Выберите один правильный ответ.

Какое название имеет хорошо иллюстрированное, многостраничное издание по типу брошюры, страницы которого скреплены, содержащее краткое описание товаров, их фото и цены?

А) проспект

Б) каталог

В) буклет

Г) листовка

Правильный ответ: Б

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

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между элементами рекламного обращения и их характеристиками. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Элементы	Характеристика
1) Слоган	А) Заключительная вербальная часть рекламного обращения, которая повторяет основную мысль рекламы и придаёт ей законченный вид
2) Заголовок	Б) Короткая и яркая фраза, которая отражает

- главную идею бренда или конкретного товара, должна оставаться неизменной на протяжении всей рекламной кампании
- | | |
|------------------------|---|
| 3) Информационный блок | В) Выходные данные рекламодателя: адреса, контактные телефоны и т.п.. |
| 4) Справочный блок | Г) Часть, поясняющая слоган и предваряющая основной рекламный текст |
| 5) Зачин | Д) Основной текст, который несёт смысловую нагрузку и содержит достоверные сведения о товаре и его отличительных особенностях |
| 6) Эхо-фраза | Е) Кратко и ёмко отражает неповторимость рекламного предложения, специфику конкретного товара |

Правильный ответ:

1	2	3	4	5	6
Б	Е	Д	В	Г	А

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

2. Установите соответствие между функциями рекламы и их характеристиками. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

- | Функции | Характеристика |
|--------------------|--|
| 1) Информационная | А) Реклама может формировать потребности и спрос на определенные виды продукции |
| 2) Коммуникативная | Б) Реклама предоставляет потребителям информацию о товарах и услугах |
| 3) Эстетическая | В) Реклама влияет на формирование общественного мнения, ценностей и норм поведения |
| 4) Маркетинговая | Г) Реклама стимулирует спрос на товары и услуги, что способствует развитию экономики |
| 5) Социальная | Д) Реклама позволяет установить связь между рекламодателем и получателем рекламы |
| 6) Экономическая | Е) Реклама нацелена на формирование вкуса потребителей |

Правильный ответ:

1	2	3	4	5	6
Б	Д	Е	А	В	Г

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

3. Установите соответствие между функциями маркетинговых коммуникаций и их характеристиками. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Функции	Характеристика
1) Информационная	А) Формирование взаимодействия между людьми
2) Интерактивная (побудительная)	Б) Воздействие на потребителя с целью влияния на его предпочтения и мнения
3) Перцептивная	В) Восприятие партнерами одним другого в процессе общения и формирование на этой основе взаимопонимания
4) Экспрессивная	Г) Передача сообщений целевой аудитории
5) Прагматическая	Д) Выражение оценочной информации, а не только смысловой

Правильный ответ:

1	2	3	4	5
Г	А	В	Д	Б

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

4. Установите соответствие между стадиями жизненного цикла товара (ЖЦТ) и видами рекламы в соответствии с «рекламной спиралью». Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Стадии ЖЦТ	Виды рекламы
1) Выхода на рынок	А) Увещательная
2) Роста	Б) Ностальгическая
3) Зрелости	В) Информационная
4) Спада	Г) Напоминающая

Правильный ответ:

1	2	3	4
В	А	Г	Б

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

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность элементов в структуре рекламного обращения. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) справочный блок
- Б) заголовок
- В) информационный блок
- Г) эхо-фраза
- Д) зачин
- Е) слоган

Правильный ответ: Б, Е, Д, В, А, Г

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

2. Установите правильную последовательность этапов коммуникационного процесса. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

А) получение сообщения

Б) декодирование

В) обратная связь

Г) формулирование идеи

Д) отправка сообщения

Е) кодирование

Ж) выбор канала

Правильный ответ: Г, Е, Ж, Д, А, Б, В

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

3. Установите правильную последовательность стадий готовности потребительской аудитории к восприятию рекламы в соответствии с рекламной пирамидой. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

А) благорасположение

Б) знание

В) незнание

Г) осведомленность

Д) повторная покупка

Е) предпочтение

Ж) совершение покупки

З) убеждение

Правильный ответ: В, Г, Б, А, Е, З, Ж, Д

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

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это совокупность действий, средств и мер, направленных на управление процессом продвижения товаров и услуг на рынке.

Правильный ответ: маркетинговые коммуникации

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

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ – это перспективный курс действий предприятия, направленный на обеспечение взаимодействия со всеми субъектами маркетинговой системы с целью удовлетворения потребностей потребителей и получения прибыли.

Правильный ответ: маркетинговая коммуникационная политика

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

3. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это единая система, объединяющая участников, каналы и приемы коммуникаций организации, направленная на установление и поддержание определенных, запланированных взаимоотношений с адресатами в рамках достижения маркетинговых целей.

Правильный ответ: комплекс маркетинговых коммуникаций

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

4. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это любая платная неперсонифицированная форма распространения информации о предприятии и его товаре с целью формирования мотивов покупки товаров потребителями.

Правильный ответ: реклама

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

5. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это форма продвижения товаров путем краткосрочного использования стимулов с целью побуждения потребителей и посредников к осуществлению покупки.

Правильный ответ: стимулирование сбыта

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

6. *Напишите пропущенное слово (словосочетание).*

_____ – это деятельность, направленная на формирование и поддержание благоприятного имиджа предприятия путем управления взаимоотношениями между ним и общественностью.

Правильный ответ: связи с общественностью или публик рилейшинз (PR)

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

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. *Напишите пропущенные слова (словосочетания).*

В основе прямого маркетинга лежат _____ коммуникации отправителя и получателя информации. Сообщения имеют _____ характер и передаются с помощью средств _____. Прямой маркетинг требует создания _____.

Правильный ответ: двухсторонние, адресный, связи, базы данных

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

2. *Напишите пропущенные слова.*

В основе личной (персональной) продажи лежат _____ коммуникации отправителя и получателя информации. Общение осуществляется на основе _____ контакта в форме _____. Личные продажи имеют _____.

_____ стоимость на один контакт среди всех средств маркетинговых коммуникаций.

Правильный ответ: двухсторонние, личного, диалога, наибольшую

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

3. Напишите пропущенное слово.

Коммуникационная Push-стратегия («толкай») направлена на создание и стимулирование спроса на товар у _____, стимулируя их работать с данным товаром для продвижения его конечному потребителю.

Правильный ответ: посредников

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

4. Напишите пропущенное словосочетание.

Коммуникационная Pull-стратегия («тяни») ориентирована на создание и стимулирование спроса на товар у _____, побуждая их самостоятельно искать и приобретать товар, привлекая тем самым к нему и посредников.

Правильный ответ: конечных потребителей

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

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Приведите синтетические средства комплекса маркетинговых коммуникаций.

Время выполнения – 7 мин.

Ожидаемый результат: выставки и ярмарки, спонсоринг, брендинг, интегрированные маркетинговые коммуникации в месте продажи, продакт-плейсмент, кросс-промоушн, событийный маркетинг

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее четырёх синтетических средств

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

2. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Укажите основные принципы добросовестной рекламы.

Время выполнения – 5 мин.

Ожидаемый результат: правдивость, конкретность, целенаправленность, гуманность, компетентность

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее четырёх принципов

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

3. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Расшифруйте модель восприятия рекламного обращения AIDA.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат: «Внимание (Attention) – Интерес (Interest) – Желание (Desire) – Действие (Action)»

Критерии оценивания: наличие в ответе указания на все четыре составляющие модели, указание английского варианта названия составляющих модели необязательно

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

4. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Приведите 10 или более видов стимулирования сбыта.

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат: скидки, акции, подарки, бонусы, промокоды, купоны, бесплатная доставка, пробные версии товара, программы лояльности, персонализированные предложения, розыгрыши, конкурсы, лотереи, пакетные предложения, кэшбек

Критерии оценивания: наличие в ответе не менее 10 видов стимулирования сбыта

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

Экспертное заключение

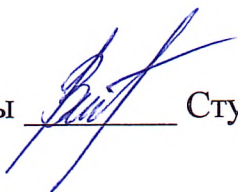
Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Маркетинговая коммуникационная политика» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

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 38.03.02 Менеджмент.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы  Студеникина В.П.

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)