

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 управления персоналом и экономической теории**

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский
(подпись)
«15» января 2025 года



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
Рекламная деятельность в сфере услуг
(наименование учебной дисциплины, практики)

43.03.01 Сервис
(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Управление бизнес-процессами в сфере услуг»
(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик:
Доцент


(подпись) Гутько Е.Ю.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры управления персоналом и
экономической теории от «14» января 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой
Управления персоналом
и экономической теории


(подпись) Чумаченко Г.В.

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Рекламная деятельность в сфере услуг»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ

Что является основной целью рекламы в сфере услуг?

- А) Увеличение производственных мощностей
- Б) Продвижение конкретной услуги и формирование положительного имиджа компании
- В) Снижение себестоимости услуг
- Г) Заключение договоров с поставщиками

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

2. Выберите один правильный ответ

Что важно учитывать при изучении поведения потребителей в сфере услуг?

- А) Только цену услуги
- Б) Влияние мнения друзей и знакомых, а также личный опыт
- В) Только рекламу
- Г) Только мнение экспертов

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

3. Выберите один правильный ответ

Как результаты маркетинговых исследований применяются в разработке рекламной стратегии?

- А) Для выбора цвета логотипа
- Б) Для определения целевой аудитории, выбора каналов и создания рекламных сообщений
- В) Для расчета заработной платы сотрудников
- Г) Для оптимизации логистики

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

4. Выберите один правильный ответ

Что важно учитывать при выборе рекламных каналов для продвижения услуг?

- А) Только стоимость канала
- Б) Соответствие канала целевой аудитории и целям рекламной кампании
- В) Только популярность канала
- Г) Только мнение руководства

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

5. Выберите один правильный ответ

Что является первым этапом создания рекламной стратегии?

- А) Выбор рекламных каналов
- Б) Определение бюджета
- В) Постановка целей и задач рекламной кампании
- Г) Создание креативных материалов

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

6. Выберите один правильный ответ

Что важно учитывать при разработке креативной концепции?

- А) Только личные предпочтения
- Б) Соответствие концепции целевой аудитории, целям рекламной кампании и особенностям услуги
- В) Только мнение экспертов
- Г) Только моду

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

7. Выберите один правильный ответ

Что такое таргетинг?

- А) Настройка показа рекламы определенной целевой аудитории
- Б) Создание видеороликов
- В) Написание текстов
- Г) Размещение рекламы на радио

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между термином и его определением.

Определение/Характеристика	Термин/Понятие
1) Показатель возврата инвестиций, отражающий прибыльность рекламной кампании.	А) ROI
2) Стоимость привлечения одного потенциального клиента.	Б) CPL
3) Стоимость совершения целевого действия (например, покупки, регистрации).	В) CPA

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

2. Установите соответствие между термином и его определением.

Определение/Характеристика	Термин/Понятие
----------------------------	----------------

1) Разделение целевой аудитории на группы по определенным признакам.

А) Сегментация

2) Процесс принятия решений и действий потребителей при покупке и использовании товаров или услуг.

Б) Потребительское поведение

3) Метод сегментации аудитории, основанный на изучении ценностей, интересов, образа жизни потребителей.

В) Психография

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. *Расположите этапы работы с рекламным агентством в правильной последовательности:*

А) Оценка предложений агентств

Б) Постановка задачи (составление брифа)

В) Заключение договора

Г) Контроль реализации

Д) Оплата услуг

Е) Выбор агентства

Правильный ответ: Б, Е, А, В, Г, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Рекламная стратегия включает в себя определение целевой аудитории, постановку целей и _____.

Правильный ответ: выбор каналов

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

2. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Маркетинговые исследования помогают определить потребности целевой аудитории и _____.

Правильный ответ: анализировать конкурентов

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

3. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Сегментация целевой аудитории позволяет более эффективно _____.

Правильный ответ: воздействовать на потребителей

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

4. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Бюджет рекламной кампании должен учитывать затраты на все этапы и _____.

Правильный ответ: инструменты продвижения

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

5. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Креативная концепция должна соответствовать целевой аудитории, целям рекламной кампании и _____.

Правильный ответ: особенностям услуги

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

6. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Контекстная реклама показывается в зависимости от _____.

Правильный ответ: поискового запроса пользователя

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

7. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

При выборе рекламного агентства необходимо учитывать опыт, креативность предложений и _____.

Правильный ответ: соответствие стратегии задачам компании

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. *Ответьте на вопрос:*

Как оценить эффективность медиаплана и внести коррективы в процессе реализации рекламной кампании? Какие метрики и инструменты аналитики используются для оценки?

Правильный ответ:

Оценка эффективности:

Метрики: Охват, частота, CTR, конверсия, ROMI.

Инструменты аналитики: Google Analytics, Яндекс.Метрика, системы аналитики социальных сетей.

Корректировка: Изменение бюджета, перераспределение рекламных сообщений, изменение каналов коммуникации.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

2. *Ответьте на вопрос:*

Как учитывать психологические особенности потребителей при разработке рекламных сообщений для сферы услуг? Опишите основные психологические факторы, влияющие на восприятие и принятие решений.

Правильный ответ:

Психологические особенности:

Восприятие риска: Снижение неопределенности, предоставление гарантий.

Потребность в социальном одобрении: Использование отзывов, создание сообщества.

Эмоциональное воздействие: Использование позитивных образов, историй, юмора.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. *Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.*

Как определить и сегментировать целевую аудиторию для рекламной кампании в сфере услуг? Какие методы исследования целевой аудитории (качественные и количественные) вы знаете и как они применяются?

Время выполнения: 10 мин.

Ожидаемый результат:

Для определения и сегментации целевой аудитории в рекламной кампании используются социально-демографические характеристики (возраст, пол, доход, образование), психографические характеристики (ценности, интересы, образ жизни) и поведенческие характеристики (частота покупок, лояльность, использование каналов коммуникации). Исследование аудитории проводится с помощью качественных и количественных методов. Качественные методы включают фокус-группы, интервью и экспертные оценки, которые помогают глубже понять мотивацию и предпочтения потребителей. Количественные методы, такие как опросы, анкетирование и анализ данных, позволяют получить статистически значимую информацию для проверки гипотез и прогнозирования поведения аудитории.

Критерий оценивания:

Ответ должен содержать описание способов сегментации аудитории (социально-демографические, психографические, поведенческие характеристики), перечисление качественных (фокус-группы, интервью, экспертные оценки) и количественных методов (опросы, анкетирование, анализ данных), а также их применение в исследовании целевой аудитории.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.2)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Рекламная деятельность в сфере услуг» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.01 Сервис.

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 подготовки 43.03.01 Сервис.

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 одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)