

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Степыкин Николай Иванович  
Должность: Заведующий кафедрой  
Дата подписания: 06.02.2025 10:10:07  
Уникальный программный ключ:  
79cb37fa15c029eb9fe555478f21c47b73e92308

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:  
И.о.заведующего кафедрой  
теоретической и прикладной  
лингвистики



Н.И. Герасимова

«03» июля 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА  
для текущего контроля успеваемости  
и промежуточной аттестации обучающихся  
по дисциплине  
«Основы рекламы и публик рилейшинз в СМИ»  
42.03.02 Журналистика

# ***1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ***

## ***1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ***

### **Раздел (тема) дисциплины «Реклама и PR в современном медиaprостранстве»**

Понятие, цели, функции рекламы.

Виды рекламы.

Основные подходы к определению понятию «связи с общественностью».

Виды PR.

Модели PR.

Журналистика, реклама, PR: общее и различное

### **Раздел (тема) дисциплины «СМИ как рекламоноситель»**

Специфика медиарекламы.

Достоинства и недостатки печати с точки зрения рекламной коммуникации.

Особенности радио с точки зрения рекламной коммуникации.

Специфика телевидения с точки зрения рекламной коммуникации.

Достоинства и недостатки Интернета с точки зрения рекламной коммуникации.

### **Раздел (тема) дисциплины «Пресс-реклама»**

Понятие «пресс-рекламы».

История становления пресс-рекламы.

Основные жанры печатной рекламы: модульная реклама, рекламная статья, купон, вопрос-ответ.

Спонсирование рубрики, рубричная реклама

### **Раздел (тема) дисциплины «Теле- и радиореклама»**

История становления аудиовизуальной рекламы.

Специфика рекламы на радио.

Специфика рекламы на телевидении.

Основные жанры и формы телевизионной и радиорекламы.

### **Раздел (тема) дисциплины «Реклама в Интернете»**

Специфика рекламы в Сети.

Основные жанры и формы интернет-рекламы

Таргетинг

Нативная интеграция

### **Раздел (тема) дисциплины «Эффективность медийной рекламы»**

Факторы, обуславливающие эффективность рекламы в СМИ.

Понятие «читаемости текста».

Индекс Флеша и Фога.

Ай-стоперы в медийной рекламе

### **Раздел (тема) дисциплины «PR-текст как феномен массовой коммуникации»**

Специфические особенности массовой коммуникации

Понятие PR-текста.

Функции PR-текста.

Отличие PR-текста от рекламного и журналистского текста

### **Раздел (тема) дисциплины «Виды медиативированных PR-текстов»**

Понятие «медиативированный PR-текст».

Письмо в редакцию.  
Медиа-/нюс-/пресс-релиз.  
Бэкграундер. Биографическая справка. Факт-лист.  
Статья. Заявление для СМИ. Медиа-/нюс-/пресс-кит

### **Раздел (тема) дисциплины «Способы усиления перлокутивного эффекта в PR-текстах»**

Понятие «перлокутивный эффект».  
Стилистические приемы создания и усиления перлокутивного эффекта  
Роль контраста как инструмента манипулирования в рекламе  
Персуазивная интенция как стремление убедить в правильности суждения продуцента сообщения

#### **Критерии оценки:**

4 балла выставляется обучающемуся, если его ответ полный, содержательный, развернутый, нормативно оформленный, наполненный языковыми примерами.  
3 балла выставляется обучающемуся, если ответ содержательно соответствует теме, грамотно оформлен, но недостаточно развернут и наполнен языковыми примерами.  
2 балла выставляется обучающемуся, если его ответ полон содержательно, но не наполнен языковыми примерами.  
1 балл выставляется обучающемуся, если его ответ содержательно верен, но не наполнен языковыми примерами и по своему оформлению не соответствует языковым нормам.

## **1.2 КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ**

### **Контрольная работа «СМИ как рекламоноситель»**

#### *Вариант 1*

- 1 Особенности радио с точки зрения рекламной коммуникации.
- 2 Достоинства и недостатки Интернета с точки зрения рекламной коммуникации.

#### *Вариант 2*

- 1 Достоинства и недостатки печати с точки зрения рекламной коммуникации.
- 2 Специфика телевидения с точки зрения рекламной коммуникации.

### **Контрольная работа «Теле- и радиореклама»**

#### *Вариант 1*

- 1 История становления аудиовизуальной рекламы
- 2 Специфика рекламы на телевидении

#### *Вариант 2*

- 1 Основные жанры и формы телевизионной и радиорекламы.
- 2 Специфика рекламы на радио.

### **Контрольная работа «Эффективность медийной рекламы»**

#### *Вариант 1*

- 1 Факторы, обуславливающие эффективность рекламы в СМИ.
- 2 Понятие «читаемости текста».

#### *Вариант 2*

- 1 Индекс Флеша и Фога.
- 2 Ай-стоперы в медийной рекламе

## **Контрольная работа «Виды медиативированных PR-текстов»**

### *Вариант 1*

1 Понятие «медиативированный PR-текст».

2 Медиа-/нюс-/пресс-релиз.

### *Вариант 2*

1 Бэкграундер. Факт-лист. Заявление для СМИ.

2 Медиа-/нюс-/пресс-кит

### **Критерии оценки:**

7-8 баллов выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, детальный, структурно выдержанный, грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий высокий уровень систематизации знаний;

4-6 баллов выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, структурно выдержанный, грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий средний уровень систематизации знаний;

2-3 балла выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, в целом структурно выстроенный, не достаточно грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий средний уровень знаний;

## **2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

### **2.1 ВОПРОСЫ В ЗАКРЫТОЙ ФОРМЕ**

#### **Что такое гарнитура?**

Выберите один ответ:

Совокупность символов установленного размера, гарнитуры и начертания

Расстояние между строками в абзаце

Комплект шрифтов, различающихся по размерам и по начертанию очка, но одинаковых по рисунку

#### **Основные жанры выступлений обозревателя в газете?**

Выберите один ответ:

обозрение, интервью, очерк

обозрение, информационная заметка, комментарий

обозрение, статья, комментарий

#### **Что такое закрытая иллюстрационная верстка?**

Выберите один ответ:

изображения в многоколонном наборе размещаются внутри текста и соприкасаются с ним всеми четырьмя сторонами;

изображения по всему изданию размещаются вверху или внизу каждой полосы и соприкасаются с текстом одной стороной при заверстке вразрез или двумя сторонами при заверстке в оборку;

изображения по всему изданию размещаются внутри текста полосы и соприкасаются с текстом двумя сторонами при заверстке вразрез или тремя сторонами при заверстке в оборку;

#### **Что не относится к видам модульной рекламы?**

Выберите один ответ:

Гвоздевая  
Традиционная  
Редакционная  
Многостраничная

**Что входит в обязанности редакционной коллегии?**

Выберите один ответ:

формирование коллективного мнения при решении вопросов, имеющих большое значение для организации деятельности редакции  
верстка номера  
поиск информации

**Выберите правильную последовательность расположения элементов книжного блока:**

Выберите один ответ:

Фронтиспис, титульный лист, оборот титульного листа, авантаулу, посвящение (предисловие)  
Посвящение (предисловие), титульный лист, оборот титульного листа, авантаулу, фронтиспис  
Авантаулу, фронтиспис, титульный лист, оборот титульного листа, посвящение (предисловие)  
Титульный лист, оборот титульного листа, фронтиспис, авантаулу, посвящение (предисловие)

**Рекламная политика издания - это?**

Выберите один ответ:

организационное обеспечение притока рекламы в редакцию  
установление цены-стоимости рекламы в издании, системы ее публикации, отношения к зарубежной рекламе, организационное обеспечение притока рекламы в редакцию  
установление цены-стоимости рекламы в издании

**Растровое изображение получается**

Выберите один ответ:

В процессе сканирования  
При работе с системами компьютерного черчения  
При создании рисунка в MS Word

**Что представляет собой «принципиальный» макет издания?**

Выберите один ответ:

Привязка к тексту иллюстраций, схемы и таблиц  
Эскизы нескольких рядовых страниц издания, показ всех возможных вариантов размещения иллюстраций и текста на полосе, эскизы «особых» страниц: авантаулу, титулу, его оборота, начальных и концевых полос, шмуцтитулов  
Работа дизайнера с авторским оригиналом, расчет будущего расположения в книге всех текстовых и изобразительных элементов

**Одним из факторов ритмичности работы редакционного коллектива является...**

Выберите один ответ:

техническое оснащение (материальная база)  
тематика номера  
периодичность выхода издания

**Векторное графическое изображение формируется из**

Выберите один ответ:

красок

пикселей  
графических примитивов

**Моделирование работы коллектива дает возможность:**

Выберите один ответ:

только контролировать сотрудников

не дает ничего особенного, а потому не обязательно

точно определять конкретные задачи любого отдела или службы редакции, его роль в подготовке номеров издания, осуществлять повседневный контроль выполнения этих задач

**Доля подписки и розницы в структуре тиража во многом зависит от:**

Выберите один ответ:

типа издания и характера его целевой аудитории, а также от конъюнктуры финансового рынка

типа издания

конъюнктуры финансового рынка

**Основной правовых методов управления редакцией являются:**

Выберите один ответ:

Конституция РФ, Трудовой кодекс

Конституция РФ, Уголовный кодексы

Конституция РФ, ее Гражданский, Трудовой и Уголовный кодексы, а также все законы и подзаконные акты, относящиеся к СМИ, в первую очередь Закон о средствах массовой информации

**К элементам художественной структуры издания НЕ относятся:**

Выберите один ответ:

Конструкция издания

Текстура и тон книжной бумаги

Соотношение четыре полей книжной страницы

Цвет текста

Формат издания

**Бюджет редакции печатного периодического издания - это...**

Выберите один ответ:

прибыль, которую приносит газета своему владельцу

один из важнейших финансовых документов, определяющих и жестко регламентирующих форму образования и расходования средств, обеспечивающих функционирование редакции газеты, журнала

часть устава

**Выберите правильное соответствие способа классификации иллюстрации и их видов**

Выберите один ответ:

По способу подготовки: Штриховые иллюстрации (линии, штрихи, точки, пятна).

Полутонные иллюстрации (с переходами от света к тени).

По способу расположения на полосе: Оригинальные иллюстрации (специально созданные для издания). Заимствованные иллюстрации (взяты из других изданий). Документальные иллюстрации (исторически значимые, воспроизводимые как исторический документ.

Используются чаще всего в научных, научно-популярных изданиях)

По графическим средствам изображения: Открытая верстка: иллюстрация граничит с верхним или нижним полем полосы. Глухая верстка: иллюстрация окружена текстом со всех сторон. Закрытая: иллюстрация ограничена текстом сверху и снизу или с трех сторон. На

полях: иллюстрации размещают на полях. В современных изданиях не встречается. Верстка под обрез (иллюстрации "навылет"); Верстка с выходом на поле.

По значению и связи: Иллюстрация как предмет изучения (текст не нужен. Например, атлас); Иллюстрация сопровождает текст. Иллюстрация расширяет информацию

**Задачи редакционно-издательского маркетинга:**

Выберите один ответ:

изучение рынка периодических изданий, исследование целевой аудитории издания, определение его соответствия требованиям рынка

изучение рынка периодических изданий

исследование целевой аудитории издания

**Назовите основные направления функционирования газетной редакции:**

Выберите один ответ:

ритмичность, оперативность, объективность

системность, ритмичность, цикличность

системность, актуальность, оперативность

**Какой вид рекламы наиболее востребован в периодической печати?**

Выберите один ответ:

Строчная

Модульная реклама

Рубричная

Вкладываемая

**Критерии оценки:**

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме – 2 балла,

- задание в открытой форме – 2 балла,

- задание на установление правильной последовательности – 2 балла,

- задание на установление соответствия – 2 балла,

- решение задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование - 36 баллов.