

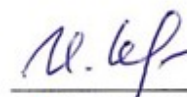
Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)**

Уральский филиал Финуниверситета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Уральского филиала
Финуниверситета



И.А.Кравченко
«28» января 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине

СГ.07 Основы философии

по специальности 42.02.01 Реклама

Челябинск - 2026

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама

Составитель: Перевозова Ольга Владимировна, к.п.н., преподаватель

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине рассмотрен и рекомендован на заседании предметной (цикловой) комиссии гуманитарных и общеобразовательных дисциплин

Протокол от «27» января 2026 г. №1

Председатель предметной (цикловой) комиссии

гуманитарных и общеобразовательных дисциплин



И.В. Ковшов

**1. Паспорт фонда оценочных средств
по дисциплине СГ.07 Основы философии
по специальности 42.02.01 Реклама**

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Общие компетенции	Наименование, раздела, темы	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные категории и понятия философии; - роль философии в жизни человека и общества; - основы философского учения о бытие; - сущность процесса познания; - основы научной, философской и религиозной картин мира; - об условиях формирования личности, свободе и ответственности за сохранение жизни, культуры, окружающей среды; - о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий. <p>Уметь:</p> <p>ориентироваться в наиболее общих философских проблемах бытия, познания, ценностей свободы и смысла жизни как основе формирования культуры гражданина и будущего специалиста.</p>	ОК 01-ОК 09	<p>Тема 1.1. Философия: ее сущность, функции и значение.</p> <p>Тема 1.2. Философия Древнего Мира.</p> <p>Тема 1.3. Диалектика Философии Древней Греции.</p> <p>Тема 2.1 Специфика и особенности религии как формы общественного сознания.</p> <p>Тема 2.2. Диалектика религиозной формы сознания: философия Б. Августина и Ф. Аквинского.</p> <p>Тема 2.3.Специфика мировоззрения эпохи Возрождения.</p> <p>Тема 3.1. Сущность и значение научной формы общественного сознания.</p> <p>Тема 3.2. Философия эмпиризма: Ф. Бэкон, Р. Декарт.</p> <p>Тема 3.3. Философская деятельность мыслителей эпохи Просвещения.</p> <p>Тема 3.4. Этап немецкой классической философии.</p> <p>Тема 3.5. Специфика появления марксизма и «философии жизни».</p> <p>Тема 3.6. Возникновение экзистенциализма, психоанализа и теории цивилизационного развития.</p> <p>Тема 3.7. Специфика</p>	<p>Индивидуальный опрос.</p> <p>Тест.</p>	Вопросы к дифференцированному зачету

		<p>Русской религиозной Философии.</p> <p>Тема 4.1 Современные представления о материи.</p> <p>Тема 4.2. Будущее человеческой цивилизации и проблема кризиса аксиологической сферы.</p>		
--	--	--	--	--

Примечание.

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

2. Комплект оценочных средств

Задания для текущего контроля успеваемости.

Задание 1.

Сопоставьте философское понятие с его ролью или применением в сфере рекламы.

Понятие	Роль в рекламе
1. Гедонизм	А. Использование авторитетных личностей (лидеров мнений) для убеждения аудитории.
2. Этика (Аристотель)	Б. Акцент на получении удовольствия, комфорта и выгоды как главной ценности потребления.
3. Авторитет (категория философии)	В. Формирование «Я-концепции» через бренд («Будь собой, покупая наше»).
4. Экзистенциализм (Сартр)	Г. Соблюдение моральных норм в рекламе: честность, недопустимость манипуляции.

Задание 2.

Соотнесите античного философа с его идеей, которая может быть использована в стратегиях рекламы и брендинга.

Философ	Идея
1. Платон	А. «Цель оправдывает средства» — допущение эффективной, но не всегда честной рекламы.
2. Аристотель	Б. Мир — пещера теней; реклама создает «иллюзию лучшей жизни» (симулякр).
3. Эпикур	В. Риторика, убеждение, структура аргументации (этос, пафос, логос) в рекламном сообщении.
4. Никколо Макиавелли (для контраста, Новое время)	Г. Погоня за удовольствиями как основа выбора товара (удовольствие = благо).

Задание 3

Установите соответствие между философским направлением и типом рекламной коммуникации.

Направление	Тип рекламы
1. Прагматизм (Пирс, Джеймс)	А. Реклама, апеллирующая к долгу, совести, социальной ответственности.
2. Стоицизм	Б. Реклама, основанная на проверяемых фактах, результатах и пользе («работает — значит хорошо»).

Направление	Тип рекламы
3. Постмодернизм (Бодрийяр, Лиотар)	В. Реклама, формирующая гиперреальность: бренд важнее товара, ирония, цитатность.
4. Кантианство (деонтология)	Г. Реклама внутренней стабильности: «Сохраняй спокойствие, доверься нам», без аффектов.

Задание 4

Соотнесите понятие из философии сознания и психологии с приемом в рекламе.

Понятие	Прием в рекламе
1. Апперцепция (Лейбниц, Вундт)	А. Повторение слогана или логотипа для закрепления в подсознании.
2. Гештальт (Вертгеймер, Кёлер)	Б. Восприятие рекламы через прошлый опыт и ожидания («узнаваемый образ»).
3. Сублимация (Фрейд)	В. Дорисовывание смысла: незавершенный слоган, загадка в рекламе (активное восприятие).
4. Импринтинг (биофилософия, Лоренц)	Г. Превращение социально неприемлемых импульсов в одобряемый статусный продукт.

Задание 5

Сопоставьте философскую категорию ценности с соответствующим рекламным сообщением (слоганом).

Ценность (по Шелеру, Гартману)	Рекламный слоган
1. Витальные ценности (здоровье, жизнь)	А. «Nike. Just do it» (свобода, преодоление).
2. Эстетические ценности (красота, гармония)	Б. «Colgate. Здоровая улыбка для всей семьи».
3. Ценности святости (духовное, идеальное)	В. «Эта краска передает 50 оттенков настроения» (L'Oréal).
4. Ценности свободы (экзистенциальные)	Г. «Red Cross. Помоги тем, кто в нужде» (жертвенность, альтруизм).

Задание 6

В античной философии существовала концепция, согласно которой в основе всего существующего лежат мельчайшие, неделимые частицы, различающиеся формой, порядком и положением. Эта концепция легла в основу материалистического понимания мира. Какое название она носит?

- А) Гилюзоизм
- Б) Атомизм
- В) Стоицизм
- Г) Эйдосизм

Задание 7

В рекламной деятельности часто используется принцип «иллюзии выбора» (например, «чайник за 1000 рублей или за 1500 рублей?», вместо вопроса «покупать или не покупать»). Какой философский раздел изучает природу иллюзий, истины и заблуждения, а также критерии правильного мышления?

- А) Этика
- Б) Эстетика
- В) Гносеология
- Г) Онтология

Задание 8

Креативная реклама часто опирается на визуальные образы, которые воздействуют на чувства и эмоции, минуя рациональное осмысление. Какой философский метод познания, предполагающий получение истины в виде внезапного озарения, часто связывают с творческими процессами в рекламе?

- А) Дедукция
- Б) Инсайт (интуиция)
- В) Аналогия
- Г) Силлогизм

Задание 9

Создавая рекламный образ, специалист по рекламе апеллирует к представлениям целевой аудитории о прекрасном, возвышенном или, наоборот, низменном. Какая философская дисциплина является теоретической базой для формирования таких визуальных и текстовых рекламных решений?

- А) Логика
- Б) Этика
- В) Эстетика
- Г) Аксиология

Задание 10

Философ Иммануил Кант сформулировал категорический императив — нравственный закон, требующий относиться к человеку всегда как к цели, но никогда — только как к средству. Нарушением какого принципа философской этики является скрытая манипуляция сознанием потребителя в «черной» рекламе?

- А) Принцип гедонизма
- Б) Принцип утилитаризма
- В) Принцип человеческого достоинства
- Г) Принцип фатализма

Задание 11

Какие из перечисленных функций философии играют ключевую роль при разработке рекламной стратегии и анализе потребительского поведения?

Выберите несколько правильных вариантов:

1. Мировоззренческая (формирование системы взглядов на мир, ценности и смыслы, которые транслирует реклама)
2. Методологическая (выработка общих принципов познания и деятельности, например, анализ целевой аудитории)
3. Предсказательная (прогнозирование трендов и изменений в общественном сознании)
4. Производственная (непосредственное создание материальных благ)

Задание 12

Какие античные философские концепции наиболее часто используются в рекламе для создания эмоциональной связи с аудиторией через идеи удовольствия, пользы или гармонии?

Выберите несколько правильных вариантов:

1. Гедонизм (Аристипп, Эпикур) — получение удовольствия как высшая цель
2. Стоицизм (Зенон, Сенека) — апатия, выдержка и отсутствие эмоций
3. Эвдемонизм (Аристотель) — стремление к счастью как к полноценной реализации себя
4. Кинизм (Диоген) — аскетизм и пренебрежение материальными благами

Задание 13

Идеи каких философов Нового времени (XVII–XVIII вв.) лежат в основе современных рекламных коммуникаций, построенных на рациональном убеждении, фактах и логике?

Выберите несколько правильных вариантов:

1. Рене Декарт (рационализм, ясность и отчетливость идей — «Я мыслю, следовательно, существую»)
2. Фрэнсис Бэкон (эмпиризм, знание через опыт, «Знание — сила»)
3. Артур Шопенгауэр (пессимизм и иррационализм)
4. Фридрих Ницше (идея сверхчеловека и воля к власти)

Задание 14

Какие этические категории (из области философской аксиологии) имеют первостепенное значение для создания социально ответственной рекламы и соответствия законодательству РФ?

Выберите несколько правильных вариантов:

1. Правда (истина) — достоверность информации о товаре
2. Справедливость — честная конкуренция и равные условия
3. Милосердие — запрет на эксплуатацию образов детей, инвалидов, животных в унижительном контексте
4. Цинизм — демонстративное пренебрежение общепринятыми моральными нормами для привлечения внимания

Задание 15

В эпоху постмодерна в философии и культуре сформировались принципы, активно используемые в креативной рекламе. Какие из них относятся к постмодернистской эстетике?

Выберите несколько правильных вариантов:

1. Ирония и игра (неожиданное обыгрывание известных образов)
2. Пастич (стилизация) (смещение разных стилей в одном сообщении)
3. Симулякр (создание копии без оригинала, гиперреальность)
4. Строгая иерархия смыслов (единственно верное прочтение рекламного сообщения)

Задание 16

Расположите философские школы античности в хронологическом порядке их появления

1. Милетская школа
2. Элейская школа
3. Софисты
4. Платонизм
5. Кинизм

Задание 17

Расставьте в правильной последовательности этапы развития мировоззрения

1. Мифологическое мировоззрение
2. Религиозное мировоззрение
3. Философское мировоззрение
4. Научное мировоззрение

Задание 18

Расположите философские направления Нового времени в порядке их появления

Варианты ответов:

1. Эмпиризм
2. Рационализм
3. Сенсуализм
4. Субъективный идеализм

Задание 19

Расставьте основные разделы философии по степени их появления в истории философской мысли

1. Онтология
2. Гносеология
3. Этика
4. Антропология

Задание 20

Любое философское рассуждение, какими бы неожиданными ни были его посылки, тем не менее строится рационально осмысленно в соответствии с _____.

Ключи к оцениванию

№ задания	Верный ответ	Критерии	Тип заданий	Уровень сложности	Код компетенции	Время выполнения задания
1	1 — Б, 2 — Г, 3 — А, 4 — В	1 б — полное правильное соответствие 0 б — остальные случаи	Задание закрытого типа на сопоставление	повышенный	ОК 01 – ОК 09	3-5 мин
2	1 — Б, 2 — В, 3 — Г, 4 — А	1 б — полное правильное соответствие 0 б — остальные случаи	Задание закрытого типа на сопоставление	повышенный	ОК 01 – ОК 09	3-5 мин
3	1 — Б, 2 — Г, 3 — В, 4 — А	1 б — полное правильное соответствие 0 б — остальные случаи	Задание закрытого типа на сопоставление	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
4	1-Б, 2-Г, 3-А, 4-В	1 б — полное правильное соответствие 0 б — остальные случаи	Задание закрытого типа на сопоставление	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
5	1 — Б, 2 — В, 3 — Г, 4 — А	1 б — полное правильное соответствие 0 б — остальные случаи	Задание закрытого типа на сопоставление	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
6	Б	1 б — полное правильное соответствие 0 б — остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
7	В	1 б — полное правильное соответствие 0 б — остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
8	Б	1 б — полное правильное соответствие 0 б — остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	повышенный	ОК 01 – ОК 09	3-5 мин
9	В	1 б — полное правильное соответствие 0 б — остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного	высокий	ОК 01 – ОК 09	5-10 мин

		ные случаи	ответа из предложенных			
10	В	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
11	1, 2, 3	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором нескольких верных ответов из предложенных	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
10	В	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
12	1, 3	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
13	1, 2	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
14	1, 2, 3	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
15	1, 2, 3	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
16	1 2 3 4 5	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные случаи	Задание на установление последовательности	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
17	1 2 3 4	1 б – полное правильное соответствие 0 б – остальные	Задание на установление последовательности	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин

		ные случаи				
18	2 1 3 4	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание на уста- новление после- довательности	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
19	1 3 2 4	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание на уста- новление после- довательности	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин
20	логикой	1 б – полное правильное соответствие 0 б – осталь- ные случаи	Задание откры- того типа	базовый	ОК 01 – ОК 09	1-3 мин