

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Наумова Наталья Александровна

Должность: Ректор

Дата подписания: 09.09.2025 08:55:24

Уникальный программный ключ:

6b5279da4e034bff679172803da5b7b5591c89e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»

(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Факультет русской филологии

Кафедра современного русского языка имени профессора П.А. Леканта

УТВЕРЖДЕН

На заседании кафедры современного русского языка

имени профессора П.А. Леканта

Протокол №10 от «10» марта 2025 г.

Зав. кафедрой  Шаповалова Т.Е.

ФОНД

ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Язык рекламы»

Направление подготовки 45.04.01 Филология

Профиль: «Филологическое обеспечение СМИ»

Москва

2025

Автор-составитель:

Леденёва Валентина Васильевна, доктор филологических наук, профессор

Фонд оценочных средств для обеспечения образовательного процесса обучающихся по дисциплине «Язык рекламы» составлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	4
2.	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	4
3.	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	6
4.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
<i>СПК-6 – Способен к созданию, редактированию, реферированию и систематизированию и трансформации текста</i>	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<i>СПК-6 – Способен к созданию, редактированию, реферированию и систематизированию и трансформации текста</i>	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать содержание учебных курсов дисциплины; уметь организовывать различные виды деятельности обучающихся в образовательном процессе;	Опрос, индивидуальное собеседование, зачет, экзамен.	Шкала оценивания опроса. Шкала оценивания индивидуального собеседования Шкала оценивания промежуточной аттестации.
	Продвинутой	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	Знать роль языка рекламы и его механизмов в порождении текстов; владеть коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникации, уметь адекватно использовать их при решении профессиональных задач; уметь реализовывать	Опрос, индивидуальное собеседование, доклад, зачет, экзамен.	Шкала оценивания опроса. Шкала оценивания индивидуального собеседования. Шкала оценивания

			методический потенциал преподаваемого предмета для достижения образовательных целей; владеть навыками самостоятельного научного исследования и проявлять способности к самостоятельному методологическому поиску.		ния доклада. Шкала оценивания промежуточной аттестации.
--	--	--	---	--	---

Описание шкал оценивания

№	Оцениваемый показатель	Единицы	Значение
1	Опрос (текущий, осуществляется на практических занятиях, ответ на каждом занятии фиксируется баллами)	Балл	
	ответы на всех практических занятиях		40 баллов
	ответы не менее, чем на 75% практических занятий		30 баллов
	ответы не менее, чем на 50% практических занятий		20 баллов
	ответы не менее, чем на 25% практических занятий		10 баллов
	ответы не менее, чем на 10% практических занятий		5 баллов
2	Индивидуальные собеседования	Балл	
	уверенное ориентирование в проблемах дисциплины, ответы на вопросы без помощи конспекта		20 баллов
	ориентирование в проблемах дисциплины, ответы на вопросы при помощи конспектов лекций или иных записей (конспектов источников, научно-исследовательской литературы).		10 баллов
	ориентирование в отдельных темах дисциплины, ответы на вопросы при помощи конспектов лекций или иных записей (конспектов источников, научно-исследовательской литературы).		5 баллов
3	Доклад (в устной форме)	Балл	
	доклад, отражающий основные тенденции в области поставленной проблемы с элементами креативности (создание относительно нового знания)		20 баллов
	доклад, отражающий основные тенденции в области поставленной проблемы с их обобщением и оценкой		10 баллов
	доклад, отражающий отдельные аспекты темы		5 баллов
5	Контрольное задание для самостоятельной работы	Балл	
	уверенное ориентирование в проблемах дисциплины, креативное отражение поставленной проблемы, тема задания раскрыта полностью.		20 баллов
	ориентирование в проблеме дисциплины, отражены основные тенденции в области поставленной проблемы, тема задания раскрыта, способность ответить на вопросы по теме.		10 баллов

	отражение отдельных аспектов темы, ответы на вопросы при помощи конспектов (лекций или источников, научно-исследовательской литературы).		5 баллов
--	--	--	----------

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные темы для опроса

1. Типы текста. Рекламный текст как тип.
2. Положительнооценочная лексика рекламы.
3. Отрицательнооценочная лексика рекламы.
4. Использование фразеологизмов в рекламных текстах.
5. Фоника рекламы.
6. Словообразование как источник экспрессивных единиц-неологизмов в рекламном тексте.
7. Части речи и их категории как важнейший морфологический ресурс рекламного текста.
8. Синтаксис рекламных текстов.
9. Особенности креолизованных текстов и рекламного в их числе.
10. Синестезия в рекламе
11. Ошибки в рекламных текстах и редакторская работа по их устранению.

Контрольные задания для самостоятельной работы

1. Выделение типов рекламы в определенном издании (по выбору магистранта).
2. Создание картотеки (базы данных) ошибок в рекламном тексте.
3. Проблемы культуры речи в текстах рекламы (реферирование литературы).
4. Отрицательное в рекламе: психолингвистический, стилистический аспекты (реферирование литературы).
5. Синестетические эффекты в мультимедийной рекламе (синквейн; база данных).

Вопросы для проведения индивидуального собеседования

1. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: имя существительное (анализ картотеки примеров).
2. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: имя прилагательное (анализ картотеки примеров).
3. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: местоимение (анализ картотеки примеров).
4. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: глагол, причастие и деепричастие (анализ картотеки примеров).
5. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: синтагматика, вопросы синтаксических построений (анализ картотеки примеров)

Примерный перечень тем докладов

1. Психологическое воздействие рекламы и лингвopsихологические средства его организации.
2. Лексика рекламного дела.
3. Роль заимствованной лексики в рекламных текстах.
4. Рекламные названия, рекламные заголовки.
5. Когнитивные тенденции в современной коммерческой рекламе.
6. Речевой этикет в рекламном тексте.
7. Языковые средства отражения российской ментальности в рекламе.
8. Агрессивность языка современной рекламы.

9. Гедонистические тенденции массового мышления и их отражение языковыми средствами современного рекламного текста
10. Реклама и ценностные ориентации общества: влияние рекламной коммуникации на массовое сознание.
11. Жанры телерекламы.
12. Особенности языка рекламы в региональных (Московская область) СМИ.
13. Проблема культуры речи в рекламной газете.
14. Речевые ошибки текстов современной рекламы.
15. Интонационные особенности звучащей (радиорекламы и телерекламы) рекламы.
16. Интернет-реклама: особенности текстов.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Реклама в зависимости от целевой аудитории.
2. Особенности рекламных текстов в печатных СМИ.
3. Типичные ошибки в рекламных текстах и способы их устранения.
4. Вопросы этики в рекламных произведениях различных жанров.
5. Реклама как текст, происхождение рекламы.
6. Виды рекламы.
7. Жанры рекламных произведений.
8. Креолизованный текст как основа рекламы в СМИ.
9. Вопрос о стилистической принадлежности рекламных текстов.
10. Структура рекламного текста.
11. Языковые средства воздействия в рекламном тексте.
12. Синтаксис рекламных текстов (фигуры выразительной речи)
13. Особенности рекламных текстов в аудиовизуальных СМИ.
14. Лексика и фразеология рекламных текстов для мужчин (гендерный фактор в языке рекламы).
15. Тематические группы слов как предмет филологического внимания в рекламе (здоровье).
16. Особенности словообразования в рекламе.
17. Синтаксис рекламных текстов.
18. Лексика и фразеология рекламных текстов для женщин (косметика).
19. Морфология рекламных текстов (существительное).
20. Морфология рекламных текстов (прилагательное, местоимение, числительное).
21. Тематические группы слов как предмет филологического внимания в рекламе («детский мир»).
22. Морфология рекламных текстов (наречие, категория состояния – предикатив, служебные слова, междометия и звукоподражания).
23. Тематические группы слов как предмет филологического внимания в рекламе (автомобиль /окна).
24. Тематические группы слов как предмет филологического внимания в рекламе (товары для животных).
25. Особенности использования фонетических ресурсов в рекламе.
26. Роль языковой игры в рекламных текстах.
27. Положительно оценочная лексика рекламы.
28. Синтаксис рекламных текстов.
29. Отрицательнооценочная лексика рекламы.
30. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: синтагматика, вопросы синтаксических построений.
31. Отрицательное в рекламе: психолингвистический, стилистический аспекты.
32. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: имя существительное.

33. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: имя прилагательное.
34. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: местоимение.
35. Грамматические нарушения норм в рекламных текстах: глагол, причастие и деепричастие.
36. Проблемы культуры речи в текстах рекламы.
37. Психологическое воздействие рекламы и лингвopsихологические средства его организации.
38. Лексика рекламного дела.
39. Роль заимствованной лексики в рекламных текстах.
40. Рекламные названия, рекламные заголовки.
41. Когнитивные тенденции в современной коммерческой рекламе.
42. Речевой этикет в рекламном тексте.
43. Языковые средства отражения российской ментальности в рекламе.
44. Агрессивность языка современной рекламы.
45. Гедонистические тенденции массового мышления и их отражение языковыми средствами современного рекламного текста
46. Реклама и ценностные ориентации общества: влияние рекламной коммуникации на массовое сознание.
47. Жанры телерекламы.
48. Особенности языка рекламы в региональных (Московская область) СМИ.
50. Проблема культуры речи в рекламной газете.
51. Речевые ошибки текстов современной рекламы.
52. Интонационные особенности звучащей (радиорекламы и телерекламы) рекламы.
53. Интернет-реклама: особенности текстов.
54. Особенности аудиорекламы.
55. Основные средства анализа рекламных текстов.
56. Применение текстов научного жанра в качестве рекламы.
57. Употребление текстов художественного жанра в качестве рекламы.
58. Особенности текстовой структуры рекламных плакатов.
59. Невербальный язык рекламы.
60. Язык мимики и жестов в видеорекламе.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические указания, определяющие процедуру оценивания текущего контроля и промежуточной аттестации

Формы диагностики	Методические указания	Основной учебный результат
----------------------	-----------------------	----------------------------------

Опрос	Устный опрос – форма текущего контроля, предполагающая под руководством преподавателя групповое обсуждение достаточно широкого круга проблем. Как форма контроля, опрос позволяет преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов целой группы по данному разделу курса. Требования к опросу: овладение студентами навыком обобщения изученных тем лекционного курса и научной литературы; умение оперировать научными терминами и понятиями; умение аргументировать своё мнение, тем самым представлять глубину, осознания и усвоения материала.	Демонстрация понимания, коммуникация
Индивидуальное собеседование	Целью индивидуального собеседования является выяснение объема знаний студента по определенной теме или конкретной проблеме. В ходе собеседования преподаватель оценивает степень усвоения историко-литературного и теоретического материала; уровень знакомства с научными исследованиями; умение делать обобщающие выводы. Индивидуальное собеседование может проводиться на основе конспектов лекций, конспектов и выдержек из учебной и научно-исследовательской литературы. Конспектирование предполагает письменную фиксацию информации, в виде краткого изложения основного содержания научного текста. Целью конспектирования является составление записи, позволяющей студенту с нужной полнотой восстановить полученную из научного источника информацию. Эффективной формой является составление тезисного конспекта, представляющего собой кратко сформулированные основные мысли изучаемого материала.	Отбор, обработка и воспроизведение информации
Контрольное задание для самостоятельной работы	Предусматривает выполнение заданий исследовательского характера, привлечение научных и публицистических источников различного рода, анализ известных произведений и т.п. Индивидуальная работа должна учитывать различную степень лингвистической и общекультурной подготовки студентов, их отношение к предмету, креативность подхода к выполнению задания.	Критическое мышление, способность к формулировке самостоятельных суждений, отбор, обработка и воспроизведение информации.

Доклад	Доклад как форма текущего контроля предполагает 10-минутное выступление студента на заранее подготовленную тему. Доклад направлен на формирование навыка убедительного и краткого изложения своих мыслей в устной форме. При написании доклада необходимо: изучить наиболее важные и актуальные научные работы по выбранной теме; проанализировать изученный материал с выделением наиболее значимых с точки зрения раскрытия темы доклада фактов, мнений и научных положений; обобщить изученные источники и логически выстроить материал доклада в форме развёрнутого плана: вступление (формулировка темы доклада, определение места рассматриваемой проблематики среди других научных проблем и подходов), основная часть (изложение материала в форме связного, последовательного, доказательного повествования), заключение (подведение итогов, формулировка выводов) и список литературы.	Критическое мышление, способность к формулировке самостоятельных суждений
Промежуточная аттестация (экзамен)	Промежуточная аттестация проводится в форме устной презентации содержания контрольных вопросов, предлагаемых в билете, полученном студентом методом случайной выборки. Промежуточная аттестация определяет степень готовности учащегося к выполнению профессиональных задач в соответствии с требованиями ФГОС. Успешность аттестации определяется грамотным изложением материала дисциплины и способностью ответить на дополнительные вопросы.	Демонстрация усвоения учебного материала

Требования к шкале оценивания экзамена.

Экзамен является проверкой уровня освоения студентами соответствующих теоретических разделов дисциплины, умения проводить анализ текста с учетом последних достижений лингвистики, умения создавать собственное стилизованное произведение заданного жанра, владения терминологией в рамках изучаемой дисциплины, а также навыка владения нормами устной и письменной формы русской литературной речи.

Шкала оценивания экзамена.

Баллы	Критерий оценивания
27-30 баллов	Студент показал в ответе знание теории вопроса в полном объеме, привел практические примеры и логически правильно представил его структуру
20-28 баллов	Студент показал в ответе знание теории вопроса в полном объеме, привел практические примеры, но в его структуре допустил некоторые погрешности
19-15 баллов	Студент в ответе в основном показал знание теории вопроса, но допустил ошибки в практических примерах и неточности в его структуре
до 15 баллов	Студент в ответе допустил грубые ошибки, не привел практические примеры и нарушил логику построения его структуры

Итоговая шкала оценивания результатов

Итоговая оценка по дисциплине выставляется по приведенной ниже шкале. При выставлении итоговой оценки преподавателем учитывается работа обучающегося в течение освоения дисциплины, а также оценка по промежуточной аттестации.

Баллы, полученные студентом по текущему контролю и промежуточной аттестации	Оценка в традиционной системе
81 – 100	отлично
61 - 80	хорошо
41 - 60	удовлетворительно
0 - 40	неудовлетворительно