

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2021 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bff679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ
(МГОУ)
Кафедра современного русского языка имени профессора П.А. Леканта

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
Протокол от « 10 » июня 2021 г. № 16
Зав. кафедрой Шипова
/Т.Е. Шаповалова /

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине

ЯЗЫК РЕКЛАМЫ

Направление подготовки

45.04.01 Филология

Программа подготовки

Филологическое обеспечение СМИ

Мытищи
2021

Автор-составитель –

Леденёва Валентина Васильевна, доктор филологических наук, профессор,
профессор кафедры современного русского языка
имени профессора П.А. Леканта

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

Год начала подготовки 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общие положения.	4
2.	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	4
3.	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах формирования, описание шкал оценивания	5
4.	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	7
5.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	10

1. Общие положения

Фонд оценочных средств – составная часть образовательной программы по направлению подготовки 45.04.01. Филология на факультете русской филологии МГОУ.

Оценочные средства – фонд контрольных заданий для освоения дисциплины «Язык рекламы», а также описаний форм и процедур, предназначенных для определения качества освоения магистрантом учебного материала.

2. 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 систематизированию и трансформации текста</i>	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа

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

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
<i>СПК-6 – Способен к созданию, редактированию, реферированию систематизированной 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.
	Продвинутый	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 методический потенциал преподаваемого предмета для достижения образовательных целей; владеть навыками самостоятельного научного исследования и проявлять способности к самостоятельному методологическому поиску.	Опрос, индивидуальное собеседование, доклад, зачет, экзамен.	Шкала оценивания опроса. Шкала оценивания индивидуального собеседования. Шкала оценивания 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

4. 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 креолизированных 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. Креолизированный 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.

5. 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

Методические указания к шкале оценивания

Использование балльной системы оценивания позволяет проанализировать качество и результативность обучения каждого студента.

Общий балл формируются на основе суммарных показателей текущего контроля и итогов промежуточной аттестации. Овладение общепрофессиональными и профессиональными компетенциями

оценивается в 100 баллов. Овладение каждой отдельной компетенцией оценивается в зависимости от необходимого объема усвоения материала по 100-балльной шкале.

Уровень сформированности компетенций по дисциплине определяется соотносением суммы баллов по всем компетенциям к количеству компетенций и рассчитывается по формуле:

$$\text{Уровень сформированности компетенции (Р ***)} = \frac{\text{общая сумма баллов}}{\text{количество компетенций}}$$

В результате контроля текущей аудиторной и самостоятельной работы по дисциплине студент может набрать до 100 баллов.

Критерии оценивания промежуточной аттестации

81-100 баллов / Отлично

- 1) Полное усвоение материала;
- 2) Умение выделить главное, сделать обобщающие выводы;
- 3) Исчерпывающее, грамотное и ясное изложение;
- 4) Умение применить свои знания на практике, творческий репродуктивный уровень усвоения материала;
- 5) Свободное владение основными понятиями филологии;
- 6) Полные ответы на дополнительные вопросы;

61-80 баллов / Хорошо

- 1) Достаточно полное усвоение материала;
- 2) Умение выделять главное, делать выводы;
- 3) Грамотное изложение материала, отсутствие неточностей;
- 4) Умение применять свои знания на практике;
- 5) Знание основных понятий филологии;
- 6) Ответы на дополнительные вопросы;

41-60 баллов / Удовлетворительно

- 1) Общее знание основного материала;
- 2) Неточная формулировка основных понятий;
- 3) Умение применить свои знания на практике с допущением ошибок;
- 4) Знание некоторых филологических исследований;
- 5) Знание некоторых понятий филологии;
- 6) Затруднения при ответе на дополнительные вопросы;
- 7) Затруднения при необходимости сделать выводы по теме;

0-40 баллов / Неудовлетворительно

- 1) Незнание значительной части материала;

- 2) Существенные ошибки при ответе на вопрос;
- 3) Незнание основных филологических исследований;
- 4) Незнание основных понятий филологии;
- 5) Грубые ошибки при попытке применить знания на практике;
- 6) Неспособность ответить на дополнительные вопросы.

Конвектор шкал оценивания

Оценка по 5-балльной системе	Оценка по 100-балльной системе
отлично	81 – 100
хорошо	61 – 80
удовлетворительно	41 – 60
неудовлетворительно	0 – 40