

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bffa79172803da5b7b559fc69e2

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  [Т.Е. Шаповалова]

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ МЕТОДОЛОГИЯ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки 45.03.01 Филология
Программа подготовки Реклама с общественностью

Мытищи
2021

Авторы-составители

Орехова Елена Николаевна – доктор филологических наук, доцент,
профессор кафедры современного русского языка
имени профессора П.А. Леканта

Фонд оценочных средств для обеспечения образовательного процесса бакалавров по дисциплине «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» составлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

УП 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.	4
2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	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	5
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	7

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Фонд оценочных средств – составная часть образовательной программы по направлению подготовки 45.03.01.Филология на факультете русской филологии МГОУ.

Оценочные средства – фонд контрольных заданий для освоения дисциплины «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью», 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 компетенции
ДПК-5: способен осуществлять редакторскую деятельность по подготовке медиатекста, обеспечивать создание и эффективное управление процесса модерации, разрабатывать и реализовывать комплекс мер и подходов к управлению Интернет-ресурсами.	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа

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 устного опроса и индивидуального собеседования

1. Лингвистическая социометрия: социолингвистический и лингвосоциологический подходы.
2. Виды индикаторов в рекламном и PR-тексте.
3. Маркер – операционная единица анализа текста.
4. Речевое поведение целевой аудитории и языковые стереотипы.
5. Герменевтический аспект изучения рекламных и PR-текстов.
6. Семантизирующее понимание и стилистика декодирования.
7. Смысловое понимание и интертекст в концепции И.П. Смирнова.
8. Когнитивное понимание и концепция Б.Гаспарова.
9. Психические функции и психологические типы личности по К. Юнгу.
10. Создание рекламы с использованием лингвосоционической методики.
11. Лингвосоциометрические, лингвопсихометрические методы в профессиональном арсенале специалиста по связям с общественностью.

Примерные темы для рефератов

1. Текст и целевая аудитория.
2. Социально-коммуникативный анализ текста.
3. Социолингвистический анализ текста.
4. Соционическая типология рекламы.
5. PR-тексты и лингвосоционика.
6. Языковые стереотипы и речевое поведение целевой аудитории.
7. Текст как объект герменевтики.
8. Лингвистические корреляты психологических установок личности.
9. Нейминг и психилингвистическая методика анализа рекламных текстов.
10. Слоган и психилингвистическая методика анализа рекламных текстов.

Примерные темы для докладов

1. Лингвосоциометрические, лингвопсихометрические методы в профессиональном арсенале специалиста по связям с общественностью.
2. Шкалы и шкалирование как психометрический метод.
3. Общие закономерности герменевтического процесса.
4. Семантизирующее понимание.
5. Когнитивное понимание.
6. Смысловое понимание.
7. Понимание как вид коммуникативной деятельности.

8. Социолингвистический анализ текста.
9. Социально-коммуникативный анализ текста.
10. Лингвистическая социометрия.

Примеры тестов по дисциплине

1. В рамках социолингвистического подхода в медиатексте изучаются:

- А) процессы понимания;
- +Б) индикаторы и маркеры
- В) языковая игра
- Г) стилистика декодирования

2. В рамках герменевтического подхода в медиатексте изучаются:

- +А) типология понимания;
- Б) типология рекламы;
- В) типы речевого поведения;
- Г) метод шкалирования.

3. Основоположником научной школы стилистики декодирования является:

- А) Б.Гаспаров;
- Б) И. Смирнов;
- В) К.Юнг;
- Г) И.Арнольд.

5. В рамках лингвосоционического подхода в медиатексте рассматриваются:

- +А) шкалы и шкалирование;
- Б) индикаторы и маркеры;
- В) стратегия и техника интерпретации;
- В) интертекст.

Примерные вопросы для проведения зачета

1. Лингвистическая социометрия: социолингвистический и лингвосоциологический подходы.

2. Лингвистическая социометрия. Текст и целевая аудитория.

3. Социально-коммуникативный анализ текста. Индикатор – операционная единица анализа текста.

4. Виды индикаторов: индикаторы социального статуса, профессии, образования, пола, возраста, места жительства.

5. Социолингвистический анализ текста. Маркер – операционная единица анализа текста.

6. Речевое поведение целевой аудитории и языковые стереотипы.

7. Методика социолингвистического анализа текста: вычленение и анализ маркеров социальных ролей.

8. Текст как объект герменевтики. Понимание как вид коммуникативной деятельности.

9. Герменевтическая ситуация и коммуникативный акт: интегральные и дифференциальные признаки.

10. Понимание как процесс, результат, мотив, способность; связь процесса понимания с мышлением, знанием, сознанием.

11. Коммуникативный и герменевтический процессы. Герменевтический опыт. Герменевтическая позиция: внешняя и внутренняя.

12. Способы организации герменевтической деятельности: правило герменевтического круга, постановка герменевтических вопросов, поиск ответов и герменевтическое решение.

13. Общие закономерности герменевтического процесса. Типология понимания: семантизирующее, когнитивное, смысловое.

14. Понятие герменевтической методологии, ее составные части: выбор подхода к тексту и стратегии его интерпретации, отбор понятий и методических категорий. Выбор техники понимания: условия адекватности.

15. Семантизирующее понимание и стилистика декодирования (И.В. Арнольд).

16. Когнитивное понимание и концепция Б.Гаспарова.

17. Смысловое понимание и интертекст в концепции И.П. Смирнова.

18. Лингвосоционический метод исследования текста. Коммуникативная ситуация и действительность: эмпирические и рефлексивные аспекты коммуникативной ситуации.

19. Психические функции и психологические типы личности по К. Юнгу.

20. Шкалы и шкалирование как психометрический метод и его лингвистические корреляты: экстраверсия-интроверсия, рациональность-иррациональность, мышление-эмоция, ощущение-интуиция.

21. Соционическая типология рекламы: аргументирующая, эмоциональная, чувственная, интуитивная (образная, метафорическая) реклама.

22. Создание рекламы с использованием лингвосоционической методики.

23. PR-тексты и лингвосоционика. Возможности использования лингвистических методов исследования PR-текстов.

24. Лингвосоциометрические, лингвопсихометрические методы в профессиональном арсенале специалиста по связям с общественностью.

4.МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Итоговая шкала оценивания включает «базовую», «сверхбазовую» и «вариативную» части.

Базовая часть (пороговый уровень сформированности) включает в себя оценённые в баллах различные виды работ бакалавра, предусмотренные данной программой, выполнение которых даёт возможность набрать более 40 баллов.

Сверхбазовая часть (продвинутый уровень сформированности) включает в себя оценённые в баллах все виды работ бакалавра,

предусмотренные данной программой (в т.ч и работы базовой части).
Выполнение всех видов работ даёт возможность набрать более 60 баллов.

Вариативная часть (ниже порогового уровня сформированности) предусмотрена на тот случай, когда студент не набирает достаточное количество баллов.

БАЗОВАЯ ЧАСТЬ			
<i>Вид контроля</i>	<i>Тема /форма аттестационной работы</i>	<i>Мин кол-во баллов</i>	<i>Макс кол-во баллов</i>
Контроль посещаемости	Посещение практических занятий	2	18
Контроль работы на занятиях	Контроль работы на практических занятиях	9	28
Рубежный контроль	Тестирование	9	14
Всего за семестр		20	60

Посещение каждого занятия оценивается (100% -80% посещаемость – 18-10б., 70-40% -9-3б., 30-0% - 2-0б.).

Контроль работы на практических занятиях предполагает оценку устных ответов на поставленные вопросы (100% -80% правильных ответов – 28-20б., 70-40% -19-10-б., 30-0% - 9-0б.).

Преподавание дисциплины «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» предполагает следующие **формы учебной деятельности**: лекции, практические занятия, самостоятельную и индивидуальную работу.

Главное внимание в **лекционном курсе** должно быть уделено лингвистическим методам в анализе рекламных и PR-текстов, которые занимают важнейшее место в современном коммуникативном пространстве. В результате освоения дисциплины студенты должны сформировать системное представление о лингвистической методологии в сфере рекламы и СО, о роли лингвистических методов в процессе создания и изучения рекламных и PR-текстов.

Практические занятия должны быть посвящены главным образом выработке навыков анализа материала медиатекстов по социолингвистической, герменевтической, лингвосоционической методике; изучению и созданию рекламных и PR-текстов с учетом языковых ожиданий и языковых стереотипов целевой аудитории медиатекста.

Контроль работы на **практических занятиях** предполагает оценку устных ответов на поставленные вопросы. Ответы можно оценивать по четырём важнейшим параметрам (каждый по 1 баллу): знание фактического материала по обсуждаемому вопросу; умение показывать причинно-следственные связи; владение дополнительной литературой; способность убедительно отстаивать свою точку зрения и уважительно вести дискуссию.

Процесс формирования компетенций студентов не может быть полноценным без продуманной системы средств их измерения и оценивания.

Наиболее эффективные средства измерения компетенций обучающихся: рефераты, тесты минимальной компетентности, портфолио.

Тестирование проводится по мере прохождения половины изучаемого курса. Комплект тестов разрабатывается преподавателем, ведущим дисциплину. При оценивании выполнения тестов следует учитывать, что, поскольку тесты на компетентность чаще всего критериально-ориентированные (в качестве критерия рассматриваются знания, умения и компетенции, которые должны быть сформированы у обучающегося), то показателем уровня сформированности компетенций можно считать выполнение заданий теста на 60%. Проведение тестирования призвано закрепить результаты учебной работы и сформировать индивидуальную траекторию подготовки студентов к промежуточному контролю.

Устный опрос/ индивидуальное собеседование – форма контроля, предполагающая групповое / индивидуальное обсуждение под руководством преподавателя 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 и индивидуальному собеседованию:

- 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.

Шкала оценивания устного опроса и индивидуального собеседования

Критерии оценивания	Высокий	Оптимальный	Удовлетворит.	Неудовлетворит.
Уровень усвоения материала, предусмотренного программой	5	4	3	2
Умение выполнять задания, предусмотренные программой	5	4	3	2
Уровень знакомства с литературой, предусмотренной программой	5	4	3	2
Уровень знакомства с интернет-ресурсами, предусмотренными программой	5	4	3	2
Уровень раскрытия причинно-следственных связей	5	4	3	2
Уровень самостоятельности в формулировке выводов	5	4	3	2
Всего	5	4	3	0-2

Методические рекомендации к составлению конспекта

Проверка **конспекта** практикуется один раз за время изучения дисциплины. Содержание конспекта оценивается от 0 до 4 баллов, в зависимости от уровня осмысления материала, предложенного студентам для

самостоятельного изучения (высший – 6 баллов, высокий – 5 баллов, оптимальный – 4 балла, удовлетворительный – 3 балла, неудовлетворительный – 2 балла, низкий – 1 балл, отсутствие конспекта – 0 баллов).

Методические рекомендации к составлению конспекта

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. Основными требованиями к составлению конспекта является:

- запись выходных данных источника;
- соответствие представленного в конспекте материала основным положениям выбранного источника;
- чёткая формулировка основных мыслей источника;
- усвоение содержания законспектированного научного исследования.

Шкала оценивания конспекта

Уровни оценивания	Содержание	Баллы
4	Ключевая идея конспектируемого материала отражена в конспекте полностью, что показывает глубокое понимание содержания конспектируемого текста	12-15
3	Основная идея конспектируемого материала показана, однако понимание ее вызывает сомнение	10-12
2	Идея конспектируемого ясна, но ее понимания автором нет, конспект сделан шаблонно.	6-9
1	Идея конспектируемого материала не полностью представлена, отсутствует его понимание автором, наличие ошибок в изложенном материале.	3-5
0	Конспектируемый материал недостаточен, идеи первоисточника не отражены	0-2

СВЕРХБАЗОВАЯ ЧАСТЬ			
<i>Вид контроля</i>	<i>Тема /форма аттестационной работы</i>	<i>Мин кол-во баллов</i>	<i>Макс кол-во баллов</i>
Контроль самостоятельной работы	Проверка материалов докладов	0	20
	Проверка конспектов	0	20
Всего		0	40

Для оценивания интегрированных и практико-ориентированных заданий используются несколько критериев, оцениваемых в 15-20 баллов (0 – признак не сформирован, 1-7 балл – чётко не выражен, 8-14 балла – выражен чётко; 15-20 – критерии выполнения творчески переосмыслены студентом).

Шкала оценивания доклада

Вид оцениваемой Деятельности	Уровни оценивания			
	Минимальный	Удовлетворит.	Оптимальный	Высокий
Формулирование представленной информации в виде проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и / или выводы необоснованны	Проблема раскрыта. Проведён анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и / или обоснованы студентом.	Проблема раскрыта полностью. Проведён анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы.
Предложение способа решения проблемы	Способ решения не представлен.	Информация не систематизирована. Не используются профессиональные термины	Информация систематизирована. Нарушены некоторые логические связи.	Способ решения представлен логично и последовательно. Использованы 5 и более профессиональных терминов.
Демонстрация способа решения проблемы	Не использованы современные технологии.	Технологии использованы частично	Используются технологии, но есть ошибки.	Информация продемонстрирована без ошибок, с использованием широкого спектра технических возможностей.
Всего баллов	0	1-7	8-14	15-20

Самостоятельная работа предусматривает не только выполнение обязательных для всех домашних заданий к практическим занятиям, к зачету, но и чтение дополнительной литературы, усвоение видео- и аудиолекций ведущих ученых страны, выполнение заданий исследовательского характера, привлечение различного рода словарей. Индивидуальная работа должна учитывать различную степень лингвистической и общекультурной подготовки студентов, их отношение к предмету.

Контролируемая самостоятельная работа включается в план самостоятельной работы каждого студента в обязательном порядке. Студент, приступающий к изучению дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной и контролируемой самостоятельной работы.

Контроль над самостоятельной работой студентов осуществляется в виде: текущей работы с лекционным материалом, предусматривающей проработку конспекта лекций и учебной литературы; изучения материала, вынесенного на самостоятельную проработку; подбора и обзора литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме дисциплины; подготовки реферата.

Критерии оценивания самостоятельной работы:

- умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников (0-5 баллов);
- умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстраций теоретических положений (0-5 баллов);
- умение самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов, технологий (0-5 баллов);
- умение ясно, четко, логично и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы (0-5 баллов);
- умение пользоваться ресурсами глобальной сети (0-5 баллов)

ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ			
Форма аттестационной работы	Тема /форма аттестационной работы	Мин Кол-во баллов	Макс Кол-во баллов
Обзор аудио- и видеолекций по курсу.	Оценка реферата на самостоятельно выбранную студентом тему (по согласованию с преподавателем).	0	20
Подготовка презентации	Презентация по самостоятельно выбранной студентом (в начале семестра) теме (по согласованию с преподавателем)	0	20
Всего за семестр			40

Методические рекомендации к подготовке реферата

При написании реферата студенту необходимо:

- а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования;
- б) составить план реферата, в котором следует отразить: *введение*, в котором ставится цель и задачи исследования; *историю и теорию вопроса* (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); *основную часть работы*; *заключение*, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; *список литературы, лексикографических источников; приложение* (словник, картотека, таблицы, схемы и т. п.).
- в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения;
- г) если анализируется конкретный языковой материал, следует его отобрать из определенных источников, классифицировать по одному или нескольким признакам, описать классификацию, сделать выводы по проведенному анализу;
- д) если реферат предполагает использование словарей, выписываются данные словарей, они сравниваются с данными собственных наблюдений, в заключение делаются выводы;
- е) в работе с текстом языковой материал, извлеченный из текста,

анализируется в системной интерпретации, при этом вначале исследуется фонетико-фонологический уровень языковых единиц, затем лексико-фразеологический, далее – грамматический;

ж) в Заключении подводятся итоги исследования, освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса.

Шкала оценивания реферата

Уровни оценивания	Содержание	Баллы
4	Ключевая идея выбранной темы отражена полностью, что показывает глубокое понимание содержания реферируемого текста	12-15
3	Основная идея показана, однако понимание ее вызывает сомнение	10-12
2	Идея ясна, но ее понимания автором нет, реферат сделан шаблонно.	6-9
1	Идея статьи с трудом просматривается, отсутствует понимание ее автором, наличие ошибок в изложенном материале.	3-5
0	Реферируемый материал представлен недостаточно, идея не отражена	0-2

Требования к зачёту

Зачет является проверкой уровня освоения студентами соответствующих теоретических разделов дисциплины, умения проводить анализ различных видов текста, в том числе Интернет-сферы, рекламного текста и текста PR-деятельности с учетом последних достижений теории текста, умения создавать собственное произведение для реализации связи с общественностью в процессе коммуникации, редактировать их; владения терминологией в рамках изучаемой дисциплины, а также навыка владения нормами устной и письменной формы русской литературной речи.

При оценке знаний (зачёт предусмотрен учебным планом о 4 семестре 2 курса) учитывается знание основной терминологии дисциплины, степень усвоения теоретических положений, уровень знания в объёме программы, логика и грамотность изложения вопроса; умение выполнять стилистический анализ текста рекламы; умение ответить на дополнительные вопросы.

«Зачтено» (41-100 баллов): глубокое и прочное усвоение знаний программного материала (умение выделять главное, существенное); последовательное, логическое обоснованное изложение; правильность формулировок и знание терминов изученных разделов языкознания; умение делать выводы и обобщения (81-100 баллов); достаточно полное знание программного материала; грамотное изложение материала по существу; отсутствие существенных неточностей в формулировке языковедческих понятий; умение сделать вывод; сформированные навыки лингвистического анализа. Однако допускаются некоторые неточности в формулировке понятий (61-80 баллов); общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулировка основных понятий, но – с некоторой неточностью; отсутствие знаний о работах по языку СМИ; слабо сформированные навыки лингвистического анализа (41-60 баллов).

«Не зачтено» (0-40 баллов): незнание значительной части программного материала; существенные ошибки в процессе изложения; неумение выделить существенное и сделать выводы, отсутствие каких-либо навыков стилистического анализа.

В том случае, если студент не может быть допущен к экзамену по итогам занятий в семестре (менее 40 баллов), в зависимости от необходимого количества баллов он выбирает из вариативной части.