

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Наумова Наталия Александровна

Должность: Ректор

Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41

Уникальный программный идентификатор:

6b5279da4e034bff679172803da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»

(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Факультет русской филологии

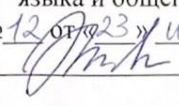
Кафедра истории русского языка и общего языкознания

УТВЕРЖДЕН

На заседании кафедры истории русского

языка и общего языкознания

Протокол № 12 от 24.10.2023 г.

Зав. кафедрой  Копосов Л.Ф.

ФОНД

ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Лингвоанализ рекламного и PR-текста»

Направление подготовки 45.03.01 Филология

Профиль: «Реклама и связи с общественностью»

Мытищи

2023

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	9
4.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	23

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

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
ДПК-3. Способен организовывать подготовку рекламной продукции, создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию	1. Работа на занятиях 2. Самостоятельная работа
ДПК-4. Способен создавать востребованные медиатексты в соответствии с нормами современного русского языка, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов медиа	1. Работа на 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
ДПК-3	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	знать: базовые нормативно правовые документы, регулирующие деятельность в сфере рекламы и PR; уметь: продуцировать тексты разных жанров и стилей; владеть: навыками грамотной, логичной, эффективной речи в условиях публичной коммуникации	Доклад	Шкала оценивания доклада

	Продвинутой	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	знать: типы документов, используемые в рекламе и в сфере связей с общественностью уметь: создавать тексты, документы, используемые в сфере рекламы и связей с общественностью; владеть: навыками отбора информационного материала согласно потребительскому спросу	Контрольная работа, практическая подготовка	Шкала оценивания контрольной работы Шкала оценивания практической подготовки
ДПК – 4	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	знать: нормы современного русского литературного языка; уметь: оценивать эффективность воздействия рекламного текста или PR текста на определенную целевую аудиторию с точки зрения выбранной коммуникативной стратегии и используемых языковых ресурсов; владеть: навыками редактирования текста	Доклад	Шкала оценивания доклада

			и копирайтинга		
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	знать: нормы современного русского литературного языка; уметь: оценивать эффективность воздействия рекламного текста или PR текста на определенную целевую аудиторию с точки зрения выбранной коммуникативной стратегии и используемых языковых ресурсов; владеть: навыками редактирования текста и копирайтинга	Контрольная работа, практическая подготовка	Шкала оценивания контрольной работы Шкала оценивания практической подготовки

Описание шкал оценивания

№	Оцениваемый показатель	Единицы	Максимальное значение
1	Контрольная работа	Балл	
	в контрольной работе отражены в достаточной степени все основные тенденции в области поставленной проблемы, материал представлен логично, работа не содержит явных ошибок		30 баллов
	в контрольной работе отражено в достаточной степени большинство основных тенденций в области поставленной проблемы, материал представлен логично, работа не содержит явных фактических ошибок / ошибки не критичны		20 баллов
	в контрольной работе частично отражены некоторые тенденции в области поставленной проблемы, материал представлен в целом логично, работа		15 баллов

	содержит фактические ошибки		
	контрольная работа частично отражает исследование, материал представлен с нарушениями логики, в работе допущены фактические ошибки		5 баллов
2	Доклад	Балл	
	доклад, отражающий основные тенденции в области поставленной проблемы с элементами креативности (создание относительно нового знания)		30 баллов
	доклад, отражающий основные тенденции в области поставленной проблемы с их обобщением и оценкой		15 баллов
	доклад, отражающий отдельные аспекты темы		10 балла
3	Практическая подготовка	Балл	
	при выполнении задания в полной мере отражено умение применять полученные теоретические сведения при создании собственного письменного рассуждения, способность видеть языковые единицы в тексте и давать им правильную лингвистическую характеристику.		20 баллов
	при выполнении задания частично отражено умение применять полученные теоретические сведения при создании собственного письменного рассуждения, способность видеть языковые единицы в тексте и давать им правильную лингвистическую характеристику.		15 баллов
	при выполнении задания частично отражено умение применять полученные теоретические сведения при создании собственного письменного рассуждения или способность видеть языковые единицы в тексте и давать им правильную лингвистическую характеристику.		10 балла

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

Тематика докладов

1. Текст как высшая единица речемыслительной деятельности.
2. Законы построения и восприятия текста.
3. Закономерности восстановления разрушенного текста.
4. Адресант и адресат рекламного текста.
5. Адресанты и адресаты PR-текстов.
6. Основные критерии коммуникативной эффективности рекламного обращения.
7. Типы рекламных стратегий.
8. Вербальное и невербальное оформление рекламного текста.
9. Орфографические игры в рекламном тексте.
10. Окаzionaliальные слова в рекламе.
11. Прецедентность в рекламном тексте и прецедентные тексты в речи.
12. Прием в рекламе «вживленная положительная оценка».
13. Каламбур и другие приемы языковой игры в рекламном тексте.
14. Эффект парадокса в рекламе.
15. Гипербола в рекламе.

16. Личные и неопределенные местоимения в рекламном тексте и прием «обманутое ожидание».
17. Роль числительных в рекламном тексте.
18. Синтаксис заголовка, слогана.
19. Целевая аудитория рекламы.
20. Способы речевого воздействия и манипуляции. Манипулирование в рекламе.
21. Роль юмора в рекламе.
22. Анализ пресс-релизов. Особенности языка и стиля.

Контрольная работа

Задание к контрольной работе:

- Проанализировать рекламный текст объемом не более 1000 знаков: 1) выделить основные составляющие текста;
- 2) охарактеризовать основные приемы, использованные при создании рекламного текста;
 - 3) определить структуру этого текста;
 - 4) охарактеризовать особенности оформления рекламного текста, описать визуальные элементы, охарактеризовать функции цвета в рекламе; 5) дать оценку рекламным реквизитам, представленным в тексте; 6) определить, напрямую или опосредованно, т.е. ассоциативно, заголовок текста связан с содержанием текста; определить, является ли заголовок эмоционально окрашенным и какую функцию он выполняет;
 - 7) охарактеризовать слоган: структура, содержание, экспрессия; 8) выписать из текста ключевые слова и определить, с каким конкретно обобщенным понятием, это ключевое слово соотносится;
 - 9) выписать из текста-источника 3-4 словосочетания с переносными значениями слов и определить тип чувственных ассоциаций (зрительные, вкусовые, обонятельные, тактильные, слуховые), положенных в основу такого переноса;
 - 10) охарактеризовать тропы и риторические фигуры в рекламном тексте, их функции;
 - 11) провести поуровневый лингвистический анализ текста: - фонетические средства оформления рекламного текста,
 - благозвучие/ неблагозвучие текста,
 - наличие/отсутствие ритма и рифмы,
 - словообразовательные техники, используемые в рекламном тексте, - выделить конкретную и абстрактную лексику,
 - развернутые номинации как средство создания образности и как прием привлечения внимания,
 - многозначные слова, омонимы, паронимы, синонимы, неологизмы, - слова-термины,
 - фразеологизмы,
 - используемые морфологические средства,
 - синтаксические структуры;
 - 12) обосновать выбор различных типов предложений в рекламном тексте;
 - 13) установить, есть ли в тексте ошибки; если есть, определить языковой уровень, на котором совершена данная ошибка, и установить причину появления ошибки: языковая игра, описка или опечатка по невнимательности, недостаточное владение языком;
 - 14) указать в тексте те слова, словосочетания, графические знаки, которые выполняют функцию привлечения внимания читателя;
 - 15) прокомментировать, достигает ли рекламный текст цели воздействия на адресата.

Тематика курсовых работ

1. Оценка эффективности использования Instagram-аккаунта в продвижении личного бренда.
2. Черный PR, самопиар и этика деятельности PR.
3. Характерные особенности СМИ как рекламоносителей (на примере конкретной телекомпании, радиостанции или печатного издания).
4. Особенности рекламы в России (1990-е годы).
5. Фирменный стиль Моссельпрома 1920-х гг. как символ эпохи.
6. Влияние цвета, музыки, формы на восприятие рекламы.
7. Медиаобраз музея заповедника имени А.С. Пушкина «Болдино».
8. Анализ видов, средств, форм и методов рекламной деятельности компании Apple.
9. Рекламная кампания в период выборов.
10. Анализ потребительской аудитории: основные критерии.
11. Коммуникационные проблемы рекламного креатива при позиционировании бренда.
12. Стилистические ошибки в PR-тексте.
13. Анимационные персонажи в рекламе.
14. Реклама в европейском интернет-пространстве.
15. PR-технологии в ресторанном бизнесе.
16. Использование мифологем в сфере PR.
17. Видеоподкаст как мультимедийный PR-инструмент в продвижении медицинских услуг.
18. Эпатажная реклама и ее характеристики.
19. Эффективность рекламы: асимметрия ожиданий и ментальные коды общества.
20. Исследование вклада слоганов различных типов в формирование капитала брендов.

Вопросы к зачету:

1. Понятие «текст». Основные признаки текста. Сильные позиции текста.
2. Законы построения и восприятия текста.
3. Рекламный текст как коммуникативная единица
4. Основные приемы при создании рекламного текста
5. Три составляющие рекламного текста
6. Целевое назначение РТ.
7. Предметная область рекламного обращения.
8. Адресант и адресат РТ.
9. Основные критерии коммуникативной эффективности рекламного обращения: распознаваемость, запоминаемость, притягательная сила, агитационная сила.
10. Типы рекламных стратегий.
11. Виды и жанры рекламных произведений. Рекламное объявление. Рекламная статья. Рекламное интервью. Рекламный очерк.
12. Креативные виды и жанры рекламы (по И. Имшинецкой).
13. Телевизионная реклама.
14. Радиореклама.
15. Печатная реклама.
16. Наружная реклама.
17. Интернет-реклама
18. Структурные компоненты РТ: заголовок, подзаголовок, основная часть текста, слоган, эхо-фраза, справочные данные.
19. Слоган и заголовок как квинтэссенция РТ.

20. Типологические квалификации слоганов. Художественная форма слогана.

Вопросы к экзамену

1. Виды информации в прикладных коммуникациях. Рекламная и маркетинговая информация.
2. Рекламный текст как коммуникативная единица. Принципы анализа рекламного текста.
3. Принципы типологизации рекламы.
4. Вид рекламы по объекту. Коммерческая, политическая, социальная, имиджевая реклама. Спорные вопросы атрибуции.
5. Субъекты и объекты рекламной коммуникации. Канал и носитель. 6. Характер рекламного воздействия.
7. Рекламная кампания, комплексная рекламная кампания, интегрированная рекламная кампания.
8. Технологические основы разработки коммуникативного продукта в прикладных коммуникациях.
9. Особенности рекламной коммуникации в социальной сфере.
10. Особенности рекламной коммуникации в социо-культурной сфере.
11. Особенности рекламной коммуникации в коммерческой сфере.
12. Особенности рекламной коммуникации в сфере политики и государственном управлении.
13. Социальная реклама как коммуникативное явление.
14. Политическая реклама как коммуникативное явление.
15. Коммерческая реклама как коммуникативное явление.
16. Фонетические средства оформления РТ.
17. Классификации словообразовательных техник, используемых в рекламе. 18. Оказиональные слова в рекламе.
19. Языковая игра. Лексический ресурс РТ.
20. Развернутые номинации (прилагательное+существительное) как средство создания образности и как прием привлечения внимания.
21. Прием «вживленная положительная оценка».
22. Каламбур и другие приемы языковой игры в РТ.
23. Эффект парадокса в рекламе.
24. Гипербола в рекламе.
25. Фразеологизмы в РТ.
26. Личные и неопределенные местоимения и прием «обманутое ожидание».
27. Роль числительных в РТ.
28. Сравнительная и превосходная степень прилагательных и наречий в рекламном обращении.
29. Эффект исключительности. Имена собственные в РТ.
30. Синтаксис рекламного текста.
31. Синтаксис заголовка, слогана.
32. Функционально-стилистическое разнообразие рекламных обращений. Приемы стилистического диссонанса, используемые в РТ.
33. Структура и языковые особенности рекламных текстов, адресованных разным целевым группам.
34. Манипулятивные возможности рекламы. Эксплицитная и имплицитная информация в рекламе.
35. Пиар как особая сфера коммуникации. Общая характеристика PR коммуникации.
36. Специфика подготовки текстов в системе публичных отношений. PR-текст как разновидность медиа-текста.

37. Отличие PR-текста от рекламного и журналистского текста.
38. Адресанты и адресаты PR-текстов.
39. Систематизация разновидностей PR-текстов по фактору адресанта.
40. Систематизация разновидностей PR-текстов по фактору адресата.
41. Систематизация разновидностей PR-текстов по модели взаимодействия коммуникантов.
42. Язык и стиль PR-текстов. Структура, лексика, синтаксис, система аргументации PR-текста.
43. Правила написания текстов в паблик рилейшн.
44. Основные текстовые формы паблик рилейшнз.
45. Жанровые характеристики PR-текстов.
46. Жанрово-композиционный аспект редактирования PR - текстов.
47. Графика как стилистическое средство. Применение графики в рекламном тексте.
48. Критерии оценки правильности PR - текстов.
49. Структура и форматирование основного текста рекламы.
50. Основные принципы редактирования рекламного текста.

Задания практической подготовки

1. Сбор фактологического материала, формирование картотеки, анализ полученных данных

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

В рамках освоения дисциплины предусмотрены следующие формы текущего контроля: доклад, контрольная работа, практическая подготовка

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.
Контрольная работа	Контрольная работа проводится внеаудиторно. Задание контрольной работы разрабатывается преподавателем, утверждается на заседании кафедры. В контрольной работе проверяется владение навыками анализа фактического материала, знание теоретического материала, умение систематизировать информацию, сопоставлять языковые факты, предлагать логичные решения, умение видеть связи между языковыми фактами
Практическая подготовка	Одна из важнейших форм контроля за усвоением студентами теоретической части языка», формирование и совершенствование навыков анализа языкового материала. Успешное выполнение заданий

	практической подготовки тесно связано с умением применять полученные теоретические сведения при создании собственного письменного рассуждения, способностью видеть языковые единицы в тексте и давать им правильную лингвистическую характеристику.
--	---

Требования к курсовой работе. Одна из важнейших форм контроля за усвоением студентами теоретической части курса «Современный русский язык», формирование и совершенствование навыков анализа языкового материала. Успешное выполнение контрольной работы тесно связано со знанием теоретического материала курса «Современный русский язык», основного среди языковедческих дисциплин при подготовке студента-филолога, умением применять полученные теоретические сведения на практике, способностью видеть языковые единицы в тексте и давать им правильную лингвистическую характеристику.

Шкала оценивания курсовой работы

Баллы	Критерии оценивания
81-100	Цель и задачи соответствуют заявленной тематике, обоснованы теоретическая и/или практическая значимость, актуальность Обнаружено знакомство с научной литературой, разнообразными точками зрения на предмет исследования, определено свое отношение к ним. Анализ материала полон, построен с опорой на основные научные положения работы Выводы убедительны, самостоятельны
61-80	Цель и задачи соответствуют заявленной тематике, обоснованы теоретическая и/или практическая значимость, не обоснована актуальность Обнаружено знакомство с научной литературой, разнообразными точками зрения на предмет исследования, не определено свое отношение к ним. Анализ материала неполон, построен с опорой на основные научные положения работы Выводы неубедительны, но самостоятельны
41-60	Цель и задачи не в полной мере соответствуют заявленной тематике, не обоснованы теоретическая и/или практическая значимость, актуальность Обнаружено знакомство с научной литературой, приведена только одна точка зрения на предмет исследования Анализ материала неполон, построен без опоры на основные научные положения работы Выводы неубедительны, несамостоятельны
0-40	Цель и задачи не соответствуют заявленной тематике, не обоснованы теоретическая и/или практическая значимость, актуальность. Не обнаружено знакомство с научной литературой Анализ материала не приведён Выводы не приведены

Требования к шкале оценивания зачета

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

Максимальное количество баллов, которое может набрать обучающийся в течение семестра за текущий контроль, равняется 80 баллам.

Максимальное количество баллов, которое может набрать за зачет равняется 20 баллам.

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

Шкала оценивания зачета

Баллы	Критерии оценивания
20 баллов	Полное усвоение материала, умение выделить главное, сделать обобщающие выводы, исчерпывающее, грамотное и ясное изложение, умение применить свои знания на практике, творческий репродуктивный уровень усвоения материала, полные ответы на дополнительные вопросы
15 баллов	Умение выделять главное, делать выводы, грамотное изложение материала, отсутствие неточностей, умение применять свои знания на практике, знание основных понятий литературоведения, ответы на дополнительные вопросы
10 баллов	Общее знание основного материала, неточная формулировка основных понятий, умение применить свои знания на практике с допущением ошибок, затруднения при ответе на дополнительные вопросы, затруднения при необходимости сделать выводы по теме.
5 баллов	Фрагментарные знания по дисциплине, допущены грубые ошибки при ответе, затруднения при ответе на дополнительные вопросы, затруднения при необходимости сделать выводы по теме.

Итоговая шкала выставления оценки по дисциплине

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

Баллы, полученные в течение освоения дисциплины	Оценка по дисциплине
81–100	Зачтено
61-80	Зачтено
41-60	Зачтено
0–40	Не зачтено

Требования к шкале оценивания экзамена

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

Максимальное количество баллов, которое может набрать обучающийся в течение семестра за текущий контроль, равняется 70 баллам.

Максимальное количество баллов, которое может набрать за экзамен равняется 30 баллам.

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

Шкала оценивания экзамена

Баллы	Критерии оценивания
30 баллов	Полное усвоение материала, умение выделить главное, сделать обобщающие выводы, исчерпывающее, грамотное и ясное изложение, умение применить свои знания на практике, творческий репродуктивный уровень усвоения материала, полные ответы на дополнительные вопросы
15 баллов	Умение выделять главное, делать выводы, грамотное изложение материала, отсутствие неточностей, умение применять свои знания на практике, знание основных понятий литературоведения, ответы на дополнительные вопросы
10 баллов	Общее знание основного материала, неточная формулировка основных понятий, умение применить свои знания на практике с допущением ошибок, затруднения при ответе на дополнительные вопросы, затруднения при необходимости сделать выводы по теме.
5 баллов	Фрагментарные знания по дисциплине, допущены грубые ошибки при ответе, затруднения при ответе на дополнительные вопросы, затруднения при необходимости сделать выводы по теме.

Итоговая шкала выставления оценки по дисциплине

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

Баллы, полученные в течение освоения дисциплины	Оценка по дисциплине
81–100	Отлично
61–80	Хорошо
41–60	Удовлетворительно
0–40	Не зачтено