



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра филологии

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Язык рекламы как фактор её эффективности»
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе
бакалавриата «Русский язык и литература» по направлению подготовки 45.03.01 Филология

Версия документа - 1

стр. 2 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств принят

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 25 мая 2023 г.

Председатель учёного совета
филиала

Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета
филиала

Н.А. Кравченко

Фонд оценочных средств рекомендован

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 18 мая 2023 г.

Председатель
Учебно-методического совета

Н.А. Нализко

Фонд оценочных средств разработан и рекомендован кафедрой филологии

Протокол заседания № 09 от 10 мая 2023 г.

Заведующий кафедрой

С.М. Морданова

Автор (составитель)

Штукина Е.Э., кандидат
филологических наук,
профессор кафедры
филологии



Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
 «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
 Костанайский филиал
 Кафедра филологии

Система менеджмента качества
 Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её
 эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю)
 Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 3 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	-----------------	---------------

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 45.03.01 Филология

Направленность (профиль): «Русский язык и литература»

Дисциплина: Язык рекламы как фактор её эффективности

Семестр (семестры) изучения: 5

Форма (формы) текущего контроля: конспект, экспресс-опрос, собеседование, лингвистические упражнения, ролевая игра, письменные работы, комментарий, доклад, презентация.

Используется балльно-рейтинговая система для оценивания результатов

2. КОМПЕТЕНЦИИ, ЗАКРЕПЛЁННЫЕ ЗА ДИСЦИПЛИНОЙ

Изучение дисциплины «Лингвистическая экспертиза» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Результаты освоения ОП Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикатор достижения компетенций и его содержание	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Уровень
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.3: Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки.	Знать: основы логики, теории аргументации и риторики. Уметь: оперировать логическими понятиями и категориями; выявлять структурные компоненты аргументации; грамотно конструировать собственные аргументы и доносить их до окружающих. Владеть методами логического анализа, методами приёмами аргументации и контраргументации.	пороговый
			Знать: законы логически-грамотного оперирования понятиями, приёмы классификации, обобщения, конкретизации и правил корректного	продвинутый



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра филологии

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её
эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю)
Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 4 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	-----------------	---------------

			<p>дефинирования понятий Уметь: абстрагироваться, анализировать, делать обоснованные умозаключения, ориентироваться в различных видах аргументации; создавать логически организованные устные и письменные тексты различных жанров. Владеть навыками эффективного использования типов и приёмов аргументации в рамках технологии убеждения; навыками публичной речи.</p>	
			<p>Знать: соотношение мышления и языка, формы и правила выражения основных форм мышления в естественном языке. Уметь: полно и правильно отражать результаты мыслительной деятельности; рефлексивно оценивать собственные мнения, замечать нестыковки, несоответствия и обыденные ошибки в логике и аргументации; быстро анализировать суждения окружающих и оценивать их в ходе полемики. Владеть навыками логически корректного составления текстов; методами</p>	высокий



Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
 «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
 Костанайский филиал
 Кафедра филологии

Система менеджмента качества
 Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её
 эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю)
 Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 5 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	-----------------	---------------

			формирования экспертных суждений и оценок для решения поставленных задач на основе принципов грамотности, логичности, аргументированности, критического анализа и систематизации.	
ПК-2	Способен осуществлять педагогическую деятельность по русскому языку и литературе в рамках программ основного общего и среднего общего образования	ПК-2.4: Давать этическую и эстетическую оценку языковых проявлений в повседневной жизни: интернет-языка, языка субкультур, языка СМИ, ненормативной лексики	Знать: особенности языковых проявлений в повседневной жизни Уметь: анализировать причины языковых проявлений Владеть навыками анализа языковых проявлений	пороговый
			Знать: особенности языковых проявлений в повседневной жизни: языка СМИ, ненормативной лексики, интернет-языка, языка субкультур Уметь: определять особенности языковых проявлений Владеть навыками оценки языковых проявлений	продвинутый
			Знать: способы демонстрации языковых проявлений Уметь: оценивать языковые проявления с учетом норм этики и эстетики Владеть умениями давать этическую и эстетическую оценку языковых проявлений	высокий



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра филологии

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её
эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю)
Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»


Версия документа - 1

стр. 6 из 16

Экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		ПК-2.5: Воспитывает эмоционально-ценностное отношение к русскому языку, пробуждает интерес к слову, стремиться научить правильно говорить и писать на русском языке	Знать: способы пороговый обучения правильно говорить и писать на русском языке Уметь: выбирать оптимальные способы обучения правильно говорить и писать на русском языке Владеть навыками использования различных способов обучения	
			Знать: приемы продвинутый развития интереса к слову Уметь: адаптировать и трансформировать информационный материал в соответствие с учебной задачей Владеть навыками анализа уровня развития интереса к слову	
			Знать: способы высокий воспитания эмоционально-ценностного отношения к слову Уметь: анализировать эффективность способов эмоционально-ценностного отношения к слову Владеть навыками синтеза методик воспитания эмоционально-ценностного отношения к русскому языку	

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра филологии			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 7 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____


3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

3.1 Структура оценочных средств 4 семестр

№ п/п	Контролируемые разделы	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства для текущего контроля
1	Реклама – самостоятельный вид текста массовой коммуникации	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, презентация
2	Семантика рекламного текста	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация
3	Функции языка в рекламной коммуникации	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация
4	Синтаксис рекламного текста	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация
5	Слоган как ключевая фраза рекламного текста	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация
6	Речевое воздействие в рекламной коммуникации.	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, презентация
7	Речевое (языковое) манипулирование в рекламных текстах	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Конспект, собеседование, ролевая игра, доклад с презентацией
8	Лингвокультурная специфика рекламы поликультурного города. Нормативный аспект рекламы	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация

3.2 Содержание оценочных средств

Оценочные средства представлены в виде инструкции для ведения конспекта лекции, вопросов для проведения экспресс-опроса, собеседования, базой упражнений, письменных заданий, заданий для проведения ролевых игр, написания комментария, доклада, презентации.

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Костанайский филиал Кафедра филологии			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 8 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3.2.1 Инструкция по ведению конспекта лекции

Для лучшего усвоения материалов курса обучающимся рекомендуется вести конспект лекций, записывать основные моменты. Тем не менее, не следует стремиться записать лекцию дословно, необходимо научиться выделять ключевые моменты. Нужно пытаться обобщить материал, резюмировать основные положения прослушанного материала. Курс предполагает знакомство с большим количеством лингвистических терминов. Возможно, что какие-то слова или словосочетания окажутся незнакомыми. В случае, если какой-то термин или понятие вызывает сложность, следует попросить преподавателя объяснить его значение. Кроме того, студентам следует выписывать новые и малознакомые термины, которые давались в лекции или были встречены в учебной литературе при подготовке к семинару. Необходимо отыскать их значение в энциклопедиях и словарях в процессе самостоятельной работы. В конце лекции предполагается небольшой промежуток времени для того, чтобы преподаватель мог ответить на возможные вопросы по теме. Однако необходимо помнить, что основная масса вопросов должна обсуждаться на семинарских занятиях. После прохождения каждой темы предусматривается закрепление знаний на семинарах.

Конспект – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты. Конспект – это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи.

В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).

Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.


Основные ошибки при составлении конспекта:

Слово в слово повторяет тезисы, отсутствует связность при пересказе. Конспект не связан с планом.

Многословие (много вводных слов) или чрезмерная краткость, незаконченность основных смысловых положений текста.

3.2.2 База вопросов для проведения собеседования

1. Аспекты изучения рекламы в гуманитарных дисциплинах.
2. Виды рекламы.
3. Жанры рекламы.
4. Параметры массовой информации и рекламы как рода словесности.
5. Этос, пафос и логос рекламы.

 <p>Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра филологии</p>			
<p>Система менеджмента качества Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»</p>			
Версия документа - 1	стр. 9 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____


6. Рекламный текст как вид креолизованного текста.
7. Структура рекламного сообщения.
8. Композиция вербального рекламного текста в аспекте стилистики языка.
9. Понятие семантического пространства текста.
10. Особенности линейно-вербального (виртуального) семантического пространства рекламных текстов.
11. Восприятие рекламного текста в психолингвистическом аспекте.
12. Понимание эксплицитного и имплицитного в рекламном тексте.

3.2.3 База вопросов для проведения экспресс-опроса

1. Что такое текст в традиционном понимании (по И.Р. Гальперину)?
2. Каковы основные свойства и категории текста как речетворческого произведения (по Р.О. Якобсону)?
3. Что составляет основу универсальных категорий текста?
4. Что понимается под цельностью и связностью текста?
5. Какая из категорий – цельность/связность _ в большей степени лингвистична?
6. В чем проявляется цельность текста?
7. Что такое ключевые слова текста?
8. Каков рациональный объем ключевых слов в тексте?
9. Что такое экспликация?
10. В чем основное отличие рекламных текстов от других типов?
11. Что понимается под манипулятивностью рекламного текста?
12. Как можно рассмотреть рекламный текст в аспекте прагматики?
13. Что такое перлокутивность рекламного текста?

3.2.4 База лингвистических упражнений

1. Определите, к какому виду рекламы относятся следующие тексты:
 - 1) «Туристическое агентство «WELCOME» Турция. Раннее бронирование. Отдых вашей мечты. Райское наслаждение! Сказочные впечатления!»
 - 2) «ХОХОЛ.» Я тебя люблю! (скрытая реклама водки).
 - 3) «Фирма «КОНТРАСТ» Мебель на заказ. Кухни. Прихожие. Детские. Спальни. Скидки!»
 - 4) Дети – наше будущее!
 - 5) Партия Нур Отан. Нам доверяют миллионы казахстанцев!
 - 6) Мелодия классического пива! (изображение: бутылка пива «Жигулевское»).
 - 7) БАҚЫТ СЧАСТЬЯ
 - 8) БАЙЛЫҚ ДОБРА
 - 9) ДЕНСАУЛЫҚ ЗДОРОВЬЯ
 - 10) «ИВОЛГА-РАСТР» компьютерная компания. ХАЛЯВА пришла! Компьютер: 84.000 тенге.
2. Определите компоненты вербальной составляющей по Е.В. Медведевой и Ю.А. Бельчикову в следующих рекламных текстах:
 - 1) Препарат для всей семьи. БИОПАРОКС. Ингаляционный антибиотик.

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра филологии			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 10 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Эффективное средство для лечения простудных заболеваний и респираторных инфекций. БИОПАРОКС в семейную аптечку!

2) Все грани прекрасного! Керамическая плитка «СОКОЛ». Широкий ассортимент. Коллекции: «Золотое руно», «Папирус», «Эллада», «Акварель», от 1950тг./кв.м. Скидки. Кредит 0%.

3) Проверено на немцах! Фирма «АЛКОН+». Замер, доставка, монтаж – бесплатно. Высококачественные окна, двери, витражи. Немецкий профиль, немецкая фурнитура, немецкое оборудование. Окна, конечно. Скидки! Звоните сегодня.

4) С нами светлее! «Светотехника – 1» Энергосберегающие лампы SIRIUS. Экономичные и долговечные. Приглашаем к сотрудничеству оптовиков.

4. Выделите ключевые слова в следующих рекламных текстах:

1) Новая тушь «LASH EXTENTION EFFECT» Невероятная длина всех ресниц, даже в уголках глаз! Самая длинная щеточка Max Factor придает ресницам эффект профессионального наращивания. Max Factor советуют профессионалы.

2) Пацаны! Парни! Мужчины! Если Вас тошнит от ушатанных 08-099 за 1500 баксов – долго не задумывайтесь, купите БМВ-520. Почувствуйте себя хозяином дороги. БМВ – это стиль жизни! БЭХА, даже не новая, всегда БЭХА!


3) РИНЗА ЛОРСЕПТ. Возьми высокую ноту! РИНЗА ЛОРСЕПТ Помогает вылечить больное горло: уменьшает воспаление, облегчает боль. Содержит два активных компонента, действующих на бактерии, которые вызывают воспаление. РИНЗА ЛОРСЕПТ четыре разных вкуса: апельсиновый, лимонный, медово-лимонный, черносмородиновый. Перед применением изучите инструкцию.

4) «Боярышник форте Эвалар» с калием и магнием – надежный друг Вашего сердца. Знаете ли Вы, что в таблетках «Боярышник форте» производства «Эвалар» содержится в 20 раз больше активно действующего вещества – гиперозида, чем в обычных настойках? А это значит, что принимая «Боярышник форте Эвалар», Вы получаете эффект, умноженный на 20! Кроме того, в нем действие боярышника впервые усиленно «витаминами для сердца» – калием и магнием. Такой состав поддерживает сердечную мышцу в тонусе, повышая ее выносливость и работоспособность. Начните принимать «Боярышник форте Эвалар» и Вы почувствуете разницу уже в первую неделю приема. Взрослым и детям старше 14 лет принимать по 1-2 таблетки два раза в день во время еды.

5) FRESHLOOK colors contact lenses/ Измени цвет своих глаз словно по волшебству! Цветные линзы FRESHLOOK идеально подходят всем, кто: – желает произвести впечатление на близких и знакомых; – хочет изменить свой внешний вид; – желает естественно или кардинально изменить цвет своих глаз. FRESHLOOK – эффект естественной глубины красивых глаз

3.2.5 База заданий для проведения ролевых игр (организационно – деятельностные, имитационные):

- Выбрать рекламный текст, в котором чётко прослеживаются стратегии манипулирования языковым сознанием потребителя, доказать – со стороны

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра филологии			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 11 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

копирайтера – потенциальную эффективность рекламного текста в аспекте изменения поведения потребителя; со стороны рекламной фирмы – обнаружить его слабые стороны (ведение аргументации/контраргументации). Вывести резолюцию по вопросу рассмотрения эффективности рекламного текста.

- участвовать в коллективном анализе имитации профессиональной деятельности, подвести итог организационной деятельности.

3.2.6 База письменных заданий (СР)

1. Проведение опроса (форма – на выбор обучающегося), насколько узнаваемы жителями города и области используемые в рекламных текстах прецедентные феномены. Описание результатов опроса, статистическая обработка полученных данных, вывод, прогнозирование ситуации.
2. Лингвистический анализ непреднамеренных ошибок в рекламной коммуникации (отступлений от языковых норм - орфографических, пунктуационных, грамматических), вывод о преобладании типов отступлений от языковых норм, резюме качества рекламной коммуникации города и области.
3. Опишите характерные признаки этоса, пафоса и логоса рекламы как особого вида словесности (См. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация, 2004).

3.2.7 База заданий для написания комментария


Написать комментарий к статье Л.Н. Кошетаровой (Тюмень) Человек и реклама//Актуальные проблемы современной рекламной деятельности: теория и практика: сборник научных трудов.

3.2.8 Задания для написания доклада

Подготовить доклад в сопровождении мультимедийной презентации по одному из аспектов изучения языка рекламы (на выбор обучающегося):

Предлагаемая тематика:

1. Аспекты изучения рекламы в гуманитарных дисциплинах.
2. Рекламный текст как вид креолизованного текста.
3. Композиция вербального рекламного текста в аспекте стилистики языка.
4. Реклама как воздействующая коммуникация.
5. Модели и стратегии воздействия в рекламной коммуникации.
6. Особенности линейно-вербального (виртуального) семантического пространства рекламных текстов.
7. Суггестивная функция языка в рекламе.
8. Метафора как стилистический прием привлечения внимания к рекламе и воздействия на адресата.
9. Языковая игра в рекламных текстах как способ привлечения внимания и воздействия.
10. Слоган – ключевая фраза рекламного текста.
11. Синтаксические конструкции в рекламных текстах: именительной темы; парцелляция; параллелизм; безглагольные, назывные предложения.
12. Убеждение (аргументация) как способ речевого воздействия.

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра филологии			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 12 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

13. Принципы суггестии, реализуемые в рекламе.
14. Понятие этнической рекламы; сферы ее функционирования и содержание; безэквивалентная лексика в этнорекламе
15. Иноязычная лексика рекламных текстов; классификация текстов, содержащих такую лексику.
16. Вербальные приемы манипулирования: создание искусственного класса сравнения; многозначность и двусмысленность; употребление иноязычных слов и фраз; манипуляция на основе вопросительных конструкций; реализация принципа «дефицита».

3.2.9 Задания для составления презентации


1. Презентация рекламных текстов сопровождении лингвистического анализа, в которых обнаруживаются:
 - слова и сочетания с размытой семантикой;
 - нарушение лексической сочетаемости элементов текста.
- 2 Презентация рекламных текстов, в которых формируется имидж фирмы, организации, товара и др. (образовательные, медицинские учреждения и др.). Анализ типов аргументации.
3. Презентации следующих аспектов рекламной коммуникации (на выбор обучающегося):
 1. Функционирование этнической рекламы в городе.
 2. Анализ непреднамеренных ошибок в рекламной коммуникации (орфографических и пунктуационных), сделайте вывод о качестве рекламной коммуникации.
 3. Анализ речевых ошибок в рекламной коммуникации – преднамеренных и непреднамеренных.

3.3 Критерии оценивания

Виды текущего контроля	Высокий уровень 90-100%	Продвинутый уровень 75-89%	Пороговый уровень 50-74%	Недостаточный 0-49%
Конспект, экспресс-опрос, собеседование, лингвистические упражнения ролевая игра	27-30	23-26	15-22	0-14
Письменная работа комментарий, доклад, презентация	27-30	23-26	15-22	0-14

В соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценки результатов обучения студентов посещение оценивается следующим образом:

- менее 50% занятий – 0 баллов;
- 50 – 74% занятий – 15 баллов;
- 75 – 89% занятий – 18 баллов;

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Костанайский филиал Кафедра филологии			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 13 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- 90 – 100% занятий – 20 баллов

Критерии оценивания конспектов

«отлично» (90-100%) выставляется обучающемуся, если демонстрируются полнота использования учебного материала, логика изложения (наличие схем, количество смысловых связей между понятиями), наглядность (наличие рисунков, символов и пр.; аккуратность выполнения, читаемость конспекта, грамотность (терминологическая и орфографическая).

«хорошо» (75-89%) выставляется обучающемуся, если демонстрируются использование учебного матери-ала неполное, недостаточно логично изложено (наличие схем, количество смысловых связей между понятиями), наглядность (наличие рисунков, символов и пр.; аккуратность выполнения, читаемость конспекта, грамотность (терминологическая и орфографическая), отсутствие связанных предложений.

«удовлетворительно» (50-74%) выставляется обучающемуся, если демонстрируются использование учебного матери-ала неполное, недостаточно логично изложено (наличие схем, количество смысловых связей между понятиями), наглядность (наличие рисунков, символов, и пр.; аккуратность выполнения, читаемость конспекта, грамотность (терминологическая и орфографическая), прослеживается несамостоятельность при составлении.

«неудовлетворительно» (0-49%) выставляется обучающемуся, если демонстрируются использование учебного материала неполное, отсутствуют схемы, количество смысловых связей между понятиями, отсутствует наглядность (наличие рисунков, символов, и пр.; аккуратность выполнения, читаемость конспекта, допущены ошибки терминологические и орфографические, несамостоятельность при составлении.


Критерии оценивания собеседования

«отлично» (90-100%) ставится, если обучающийся свободно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

«хорошо» (75-89%) ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

«удовлетворительно» (50-74%) ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал несвободно, неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; нуждается в наводящих вопросах; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

«неудовлетворительно» (0-49%) ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра филологии			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 14 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания экспресс-опроса

«отлично» (90-100%) ставится, если обучающийся продемонстрировал умения соотносить понятия, определения с их признаками и свойствами; развитые умения сравнивать, анализировать, делать правильный выбор.

«хорошо» (75-89%) ставится, если обучающийся продемонстрировал умения соотносить термины, определения с их признаками и свойствами, однако не во всех случаях давал точные и полные определения; развитые умения сравнивать, анализировать, делать правильный выбор.

«удовлетворительно» (50-74%) ставится, если обучающийся продемонстрировал не вполне сформированные умения соотносить термины, определения с их признаками и свойствами, не во всех случаях давал точные и полные определения.

«неудовлетворительно» (0-49%) ставится, если обучающийся продемонстрировал не вполне сформированные умения соотносить термины, определения с их признаками и свойствами давал точных и полных определений; собственные примеры не приведены/ответы не соответствуют научным представлениям о языке и его устройстве.

Критерии оценивания письменных работ /лингвистических упражнений, учитывают:

- 1) степень самостоятельности обучающегося;
- 2) объем работы;
- 3) умение соотносить теоретические знания с практическим применением

«отлично» (90-100%) выставляется обучающемуся, если работа самостоятельна, обнаруживаются умения соотносить теоретический и практический материал в соответствии с основными положениями методики преподавания русского языка.

«хорошо» (75-89%) выставляется обучающемуся, если работа самостоятельна, однако в отдельных случаях обнаруживается неполнота выводов; обнаруживаются умения соотносить теоретический и практический материал.


«удовлетворительно» (50-74%) выставляется обучающемуся, если работа выполнена частично, обнаруживается неполнота выводов, отдельные нарушения логической последовательности рассуждений;

«неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если работа не выполнена или содержит материалы, не совпадающие с темой РПД.

Критерии оценивания комментария

«отлично» (90-100%) выставляется обучающемуся, если работа самостоятельна, обнаруживаются умения интерпретировать предложенный для комментирования материал при помощи дополнительных примеров (цитируемых выражения; различные примечания, наблюдения); сделан собственный вывод относительно актуальной информации представленной в тексте; работа не содержит орфографических, пунктуационных, грамматических, речевых ошибок.

«хорошо» (75-89%) выставляется обучающемуся, если в целом обнаруживаются умения интерпретировать предложенный для комментирования материал при помощи

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра филологии			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 15 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____

дополнительных примеров; сделан собственный вывод относительно актуальной информации представленной в тексте; работа не содержит грубых орфографических, пунктуационных, грамматических ошибок; имеются отдельные речевые недочеты.

«удовлетворительно» (50-74%) выставляется обучающемуся, если работа выполнена частично, обнаруживается неполнота выводов, выявляются отдельные нарушения логической последовательности рассуждений; недостаток примеров; вывод не самостоятелен; выявляются орфографические, пунктуационные, грамматические, речевые ошибки.

«неудовлетворительно» (0-49%) выставляется обучающемуся, если умения интерпретировать предложенный материал не продемонстрированы; примеры не приведены; вывод не сделан; работа содержит грубые орфографические, пунктуационные, грамматические, речевые ошибки/работа не предоставлена.

Критерии оценивания участия в ролевой игре (имитация профессиональной деятельности)

«отлично» (90-100%) выставляется обучающемуся, если демонстрируются: понимание и усвоение материала любой степени сложности; умений и навыков работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторических способностей, лидерских качеств; продуктивное мышление, наблюдательность, творческие способности, умение доказывать и отстаивать свою точку зрения, организаторские способности.

«хорошо» (75-89%) выставляется обучающемуся, если демонстрируются: понимание и усвоение материала средней степени сложности; умений и навыков работы в команде, наблюдения и принятия решения, способностей контактировать и слушать других, риторических способностей, лидерских качеств; продуктивное мышление, творческие способности, умение доказывать и отстаивать свою точку зрения.

«удовлетворительно» (50-74%) выставляется обучающемуся, если демонстрируются: определенная степень понимания основных понятий, включается в работу команды, делает попытку доказывать свою точку зрения.

Во всех иных случаях ставится «неудовлетворительно».

Критерии оценивания доклада

«отлично» (90-100%) выставляется обучающемуся, если обучающийся свободно, уверенно, логично и последовательно излагает материал, владеет понятийно-терминологическим аппаратом, доказательно обосновывает выводы, соблюдает регламент.

«хорошо» (75-89%) выставляется обучающемуся, если обучающийся свободно, уверенно, логично и последовательно излагает материал, владеет основными терминами и понятиями, доказательно обосновывает выводы, соблюдает регламент, но допущены отдельные неточности и негрубые ошибки в употреблении терминов и речевые ошибки.

«удовлетворительно» (50-74%) выставляется обучающемуся, если обучающийся в выступлении демонстрирует достаточное владение понятийно-терминологическим аппаратом, свободно и уверенно излагает материал, но выступление не достаточно



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра филологии

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств текущего контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её
эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю)
Русский язык и литература Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 16 из 16	Экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	----------------------	-----------------	---------------

логично структурировано, допущены ошибки и неточности в изложении материала, превышен регламент выступления

«неудовлетворительно» (0-49%) выставляется обучающемуся, если выступление не подготовлено, содержание выступления не соответствует требованиям

Критерии оценивания презентации

«отлично» (90-100%) выставляется обучающемуся, если презентация соответствует теме самостоятельной работы; оформлен титульный слайд с заголовком (тема, цели, план и т.п.); сформулированная тема ясно изложена и структурирована; использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме; выдержан стиль, цветовая гамма, использована анимация, звук; работа оформлена и предоставлена в установленный срок.

«хорошо» (75-89%) выставляется обучающемуся, если презентация соответствует теме самостоятельной работы; оформлен титульный слайд с заголовком (тема, цели, план и т.п.); сформулированная тема ясно изложена и структурирована; использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме; работа оформлена и предоставлена в установленный срок.

«неудовлетворительно» (0-49%) выставляется обучающемуся, если работа не выполнена или содержит материал не по вопросу.

Во всех остальных случаях работа оценивается на «удовлетворительно».