

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Тюлегенова Раиса Амиржановна

Должность: Директор

Дата подписания: 04.05.2023 15:47:54

Уникальный программный ключ:

125b8acc44c5368c45bd8abf3dc3ced4a4eed767e8486e18dc8ae8b889439a47

МИНОБНАУКИ 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. 1 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____



УТВЕРЖДАЮ

Директор Костанайского филиала
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Р.А. Тюлегенова

25.05.2023 г.

**Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации**

по дисциплине (модулю)
Язык рекламы как фактор её эффективности

Направление подготовки (специальность)
45.03.01 Филология

Направленность (профиль)
Русский язык и литература

Присваиваемая квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2021, 2022

Костанай 2023



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 11

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



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» направления подготовки 45.03.01 Филология, направленности Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 11

Первый 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) промежуточной аттестации: зачет

Используется балльно-рейтинговая система для оценивания результатов

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Язык рекламы как фактор её эффективности» 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 и приёмами аргументации и контраргументации.	пороговый
			Знать: законы логически-грамотного оперирования понятиями, приёмы классификации, обобщения, конкретизации и правил корректного дефинирования понятий Уметь: абстрагироваться, анализировать, делать	продвинутый



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» направления подготовки 45.03.01 Филология, направленности Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			<p>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 формирования экспертных суждений и оценок для решения поставленных задач на основе принципов грамотности, логичности,</p>	<p>высокий</p>
--	--	--	--	----------------



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» направления подготовки 45.03.01 Филология, направленности Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			аргументированности, критического анализа и систематизации.	
ПК-2	Способен осуществлять педагогическую деятельность по русскому языку и литературе в рамках программ основного общего и среднего образования	ПК-2.4: Давать эстетическую 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 эстетическую и эстетическую оценку языковых проявлений	высокий
		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 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	пороговый



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» направления подготовки 45.03.01 Филология, направленности Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			Знать: приемы продвижения развития интереса к слову Уметь: адаптировать и трансформировать информационный материал в соответствие с учебной задачей Владеть навыками анализа уровня развития интереса к слову	продвинутый
			Знать: способы 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	высокий



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» направления подготовки 45.03.01 Филология, направленности Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 11


Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

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

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» направления подготовки 45.03.01 Филология, направленности Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 8 из 11	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

Комплексная письменная работа.

Оценочные средства представлены базой вопросов и контрольными заданиями

3.2.1. Контрольные вопросы (по вариантам)

№ п/п	Письменный ответ на вопросы
1	Назовите аспекты изучения рекламы в гуманитарных дисциплинах:
2	Перечислите виды и жанры рекламы:
3	Назовите известные Вам вербальные приемы манипулирования сознанием потребителя:
4	Что такое семантическое пространство текста?
5	Что такое эксплицитное и имплицитное в тексте?
6	Что такое речевое воздействие (А.А. Леонтьев, В.Ф. Петренко)?
7	Назовите логическую схему аргументации:
8	Раскройте содержание бинарности семантического пространства текста:
9	Приведите несколько примеров стереотипов, внедряемых в массовое сознание рекламой
10	В чем суть убеждения (аргументация) как способа речевого воздействия?

3.2.2 База контрольных заданий (по вариантам)

№ п/п	Выполнение заданий
1.	Разделите РТ на структурные составляющие, назовите каждую часть : <i>Препарат для всей семьи. БИОПАРОКС. Ингаляционный антибиотик. Эффективное средство для лечения простудных заболеваний и респираторных инфекций. БИОПАРОКС в семейную аптечку!</i>
2.	Выпишите в столбик ключевые слова из следующего РТ: <i>«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</i>
3.	Какие имплицитные смыслы заложены в РТ : <i>Новые детали безупречного стиля. Новая Toyota Camri. Законодательница безупречного стиля, она ведет себя со сдержанным достоинством... Новая Camri. Она дарит водителю и пассажирам еще больше защищенности, еще больше комфорта в каждой детали.</i>
4.	Какие средства привлечения внимания использованы в РТ: <i>3 раскрывающихся аромата, 1 яркое впечатление! Новинка! Новый освежитель воздуха Air wick !</i>
5.	Определите, к какому типу трансформации прецедентных текстов можно отнести следующие рекламные тексты : 1. <i>Кашу маслом не испортишь</i> (масло «Сдобри»). 2. <i>Лучше один раз увидеть...</i> 3. <i>Всё течёт, Всё изменяется – но джинсы остаются всегда.</i> 4. <i>Начните Новый год с чистого листа</i> 5. <i>Готовь сани летом...</i> (реклама зимней обуви).



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» направления подготовки 45.03.01 Филология, направленности Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	6. <i>А вы, друзья, как ни садитесь, все в музыканты не годитесь</i> (консервы фирмы «Консерватория»).
6.	Из предложенных РТ под соответствующими цифрами выпишите только метафоры: 1. <i>Сабельник – Эвалар – не просто находит и отсекает боль, он убивает само заболевания суставов и позвоночника.</i> 2. <i>Турбослим дренаж – худейте со вкусом.</i> 3. <i>Чай Жуйдемен – Ваш самый лучший помощник в борьбе с ожирением и лишним весом.</i> 4. <i>Используйте тон для лица со светоотражающими частицами – и кожа заиграет на солнце.</i> 5. <i>Давно известно, что соленая вода и жара главные враги волос.</i> 6. <i>Мирные баталии футболистов на чемпионате мира в ЮАР привлекли внимания известных модельеров к спорту.</i> 7. <i>Линия «ПРОПЕЛЛЕР» - истребитель угревой сыти.</i> 8. <i>Тушь Courde Treatre. Художественная гимнастика для ресниц.</i>

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет проводится в 2 этапа. На первом этапе обучающийся отвечает на 5 контрольных вопросов, каждый из которых оценивается в 2 балла. Продолжительность – 20 минут.

На втором этапе обучающийся выполняет контрольные задания по вариантам, всего 6 заданий, каждое из которых оценивается по 5 баллов. Продолжительность – 60 минут.

Итого, согласно рейтинговой системе оценки сформированности компетенций студент максимально получает 40 баллов, что соответствует 100%.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания зачета

Критерии оценивания учитывают:

- 1) степень самостоятельности обучающегося;
- 2) объем работы;
- 3) правильность выполнения;
- 4) своевременность выполнения/предоставления на кафедру, аккуратность;
- 5) отсутствие фактических, речевых, стилистических, грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок.

Контрольные вопросы

Отлично 10-9 баллов	Хорошо 9-7 баллов	Удовлетворительно 7-5 баллов	Неудовлетворительно 0-5 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения	Пороговый уровень освоения	Недостаточный уровень освоения проверяемых



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» направления подготовки 45.03.01 Филология, направленности Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 10 из 11	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	---------------	------------------------	---------------

	проверяемых компетенций	проверяемых компетенций	компетенций

-даны точные с точки зрения основных положений теории массовой коммуникации ответы на все предлагаемые вопросы.	-даны точные с точки зрения основных положений теории массовой коммуникации ответы на вопросы, однако с отдельным недочётами.	-даны неточные с точки зрения основных положений теории массовой коммуникации ответы на вопросы, содержащие отдельные фактические ошибки.	- даны неточные ответы на предложенные вопросы/не дан ответ ни на один вопрос.
---	---	---	--

Контрольные задания

Отлично 30-27 баллов	Хорошо 27-23 баллов	Удовлетворительно 23-15 баллов	Неудовлетворительно 0-14 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
-выполнен полный объём предлагаемых заданий; обнаруживаются умения соотносить теоретический и практический материал в соответствии с основными положениями теории массовой коммуникации.	-выполнен полный объём предлагаемых заданий, однако в отдельных случаях обнаруживается неполнота проведения анализа рекламных текстов; обнаруживаются умения соотносить теоретический и практический материал в соответствии с основными положениями теории массовой коммуникации.	-выполнен частичный объём предлагаемых заданий, обнаруживается неполнота проведения анализа рекламных текстов; обнаруживаются не вполне сформированные умения соотносить теоретический и практический материал в соответствии с основными положениями теории массовой коммуникации.	- требуемый объём объём предлагаемых заданий не выполнен, умения соотносить теоретический и практический материал не обнаружены.


4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей и рубежной аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

0-49 баллов - неудовлетворительно (2);

50-74 баллов - удовлетворительно (3);

75-89 баллов - хорошо (4);

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал			
Система менеджмента качества Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» направления подготовки 45.03.01 Филология, направленности Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 11 из 11	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

90-100 баллов - отлично (5).

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

1. Пороговый уровень предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание функций языка в рекламной коммуникации; приемы привлечения внимания и воздействия на потребителя; уметь выявлять основные способы и приемы вербального воздействия на адресата в предложенных текстах.
2. Базовый уровень предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: знание методов оценки эффективности рекламных текстов; выявлять стилистические особенности рекламных текстов; владеть навыками общего, лингвистического, прагматического анализа рекламного текста; владеть начальными навыками составления рекламных текстов с использованием изученных приемов привлечения внимания и воздействия на потребителя.
3. Продвинутый уровень предполагает формирование компетенций на высоком уровне: умение разрешать проблемные ситуации междисциплинарного характера с учетом обширной базы гуманитарного знания; определять специфику языка рекламы поликультурного города, на основе собственных исследований.