

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Тюлегенова Раиса Амиржановна

Должность: Директор

Дата подписания: 04.05.2023 15:41:55

Уникальный программный ключ:

125b8acc44c5368c45hd8ahf3dc3ced4a4eed767e8486e18dc8ae8b889439a47

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. 1 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____



УТВЕРЖДАЮ

Директор Костанайского филиала
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Р.А. Тюлегенова

25.05.2023 г.

**Фонд оценочных средств
для рубежного контроля**

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 13

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
Кафедра филологии

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 13

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: терминологический диктант, контрольная работа, проект

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 приёмами аргументации и контраргументации.	пороговый
			Знать: законы логически-грамотного оперирования понятиями, приёмы классификации, обобщения, конкретизации и правил корректного дефинирования понятий	продвинутый



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			<p>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 формирования экспертных суждений и оценок для решения</p>	высокий



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			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 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



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 13

Первый 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 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
			Знать: приемы 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
Кафедра филологии

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 13

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	Письменный опрос
2	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Семантика рекламного текста	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация	Письменный опрос
3	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Функции языка в рекламной коммуникации	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация	Публичное выступление
4	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Синтаксис рекламного текста	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация	Публичное выступление
5	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Слоган как ключевая фраза рекламного текста	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация	Проект
6	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Речевое воздействие в рекламной коммуникации.	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, презентация	Проект
7	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Речевое (языковое) манипулирование в рекламных текстах	Конспект, собеседование, ролевая игра, доклад с презентацией	Проект
8	УК-1.3, ПК-2.4, ПК-2.5	Лингвокультурная специфика рекламы поликультурного города. Нормативный аспект рекламы	Конспект, собеседование, лингвистические упражнения, письменная работа, презентация	Проект

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

3.2 Содержание оценочных средств

© Костанайский филиал ФГБОУ ВО «ЧелГУ»



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её
эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю)
Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Рубежный контроль № 1

Оценочные средства представлены базой вопросов.

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 слоган рекламного текста?
6. Почему рекламные тексты не могут стать произведениями искусства?
7. Что такое эксплицитное и имплицитное в тексте?
8. Что такое речевое воздействие (А.А. Леонтьев, В.Ф. Петренко)?
9. В чем суть убеждения (аргументация) как способа речевого воздействия?
10. Назовите логическую схему аргументации:
11. Приведите несколько примеров стереотипов, внедряемых в массовое сознание рекламой:
12. Раскройте содержание бинарности семантического пространства текста:
- 13.

Рубежный контроль № 2.

Стилистические разновидности рекламных текстов.

Синтаксические конструкции в рекламных текстах: именительной темы; парцелляция; параллелизм; безглагольные, назывные предложения.

Стилистические способы создания слоганов.

Классификация слоганов как носителей основной рекламной идеи по их содержанию.

Реализация функций языка (по Р.О. Якобсону и А.А. Леонтьеву) в рекламной коммуникации.

Суггестивная функция языка в рекламе.

Ритм в рекламном тексте на различных уровнях языка как признак суггестивности текста.

Рубежный контроль № 3.

Задание 1. Разделите РТ на структурные составляющие, назовите каждую. Проверено на немцах! Фирма «АЛКОН+». Замер, доставка, монтаж – бесплатно. Высококачественные окна, двери, витражи. Немецкий профиль, немецкая фурнитура, немецкое оборудование. Окна, конечно. Скидки! Звоните сегодня.

Задание 2. Выпишите в столбик ключевые слова из следующего РТ:

РИНЗА ЛОРСЕПТ. Возьми высокую ноту! РИНЗА ЛОРСЕПТ Помогает вылечить болезненное 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.

Задание 3. Какие имплицитные смыслы заложены в следующем РТ:

Nokia 6111/ За легким движением скрывается многое... Компактный, умный, элегантный.

Задание 4. Какие средства привлечения внимания использованы в РТ (6 б.):



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

*Открытие года! Семена чиа удерживают влагу в 12 раз больше собственного веса!
Идеально для увлажнения.*

Задание 5. Из предложенных РТ под соответствующими цифрами выпишите только метафоры:

1. *Сабельник – Эвалар – не просто находит и отсекает боль, он убивает само заболевания суставов и позвоночника.*
2. *Турбослим дренаж – худейте со вкусом.*
3. *Чай Жуйдемен – Ваш самый лучший помощник в борьбе с ожирением и лишним весом.*
4. *Используйте тон для лица со светоотражающими частицами – и кожа заиграет на солнце.*
5. *Давно известно, что соленая вода и жара главные враги волос.*
6. *Мирные баталии футболистов на чемпионате мира в ЮАР привлекли внимания известных модельеров к спорту.*
7. *Линия «ПРОПЕЛЛЕР» - истребитель угревой сыпи.*
8. *Тушь Courde Treatre. Художественная гимнастика для ресниц.*

Рубежный контроль № 4

Оценочные средства представлены заданиями:

- разработать рекламный проект в соответствии с описанными в научной литературе по рекламоведению видами и жанрами рекламы (на выбор обучающегося);
- подготовить презентацию, отражающую основные этапы работы над проектом, представить в форме публичного выступления (3-5 мин.).

Структура проекта:

- Тема (название)
- Вид
- Жанр
- Основная идея
- Проектный продукт
- Используемые средства привлечения внимания: вербальные, аудио-, видео-
- Используемые приемы манипулирования языковым сознанием
- Оценка уровня нормативности, соответствие нормативным правовым актам.
- Прогнозирование эффективности внедрения
- Оценка качества презентации

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Рубежный контроль № 1 проводится на практическом занятии в течение 50 минут. Обучающийся письменно отвечает на 20 вопросов с приведением своих примеров (согласно содержанию вопроса), каждый из которых оценивается в 1 балл. Продолжительность – 50 минут.

Итого, согласно рейтинговой системе оценки сформированности компетенций



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № ____

студент максимально получает 20 баллов, что соответствует 100%.

Рубежный контроль №2 проводится на практическом занятии. Представлен комплектом контрольных заданий по вариантам. Обучающийся письменно выполняет 5 контрольных заданий, каждое из которых оценивается в 4 балла. Продолжительность – 50 минут

Итого, согласно рейтинговой системе оценки сформированности компетенций студент максимально получает 20 баллов, что соответствует 100%.

Рубежный контроль № 3 проводится на практическом занятии (50 мин.). Продолжительность выступления – 5 мин.

Итого, согласно рейтинговой системе оценки сформированности компетенций студент максимально получает 20 баллов, что соответствует 100%.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания

Рубежный контроль № 1. Письменный опрос

Отлично 20-18 баллов	Хорошо 18-15 баллов	Удовлетворительно 15-10 баллов	Неудовлетворительно 0-9 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
обучающийся продемонстрировал умения соотносить термины, определения с их признаками и свойствами; развитые умения сравнивать, анализировать, делать правильный выбор; приводить собственные примеры	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; приводить собственные примеры.	обучающийся продемонстрировал не вполне сформированные умения соотносить термины, определения с их признаками и свойствами, не во всех случаях давал точные и полные определения; собственные примеры не приведены	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.

Рубежный контроль № 2.

Отлично 20-18 баллов	Хорошо 18-15 баллов	Удовлетворительно 15-10 баллов	Неудовлетворительно 0-9 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра филологии

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю)

Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 11 из 13	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	---------------	------------------------	---------------

-выполнен полный объём предлагаемых контрольных заданий; обнаруживаются умения соотносить теоретический и практический материал в соответствии с основными положениями о языке. -работа не содержит фактических, речевых, орфографических и пунктуационных ошибок	-выполнен полный объём предлагаемых лингвистических упражнений, однако в отдельных случаях обнаруживается неполнота проведения лингвистического анализа; обнаруживаются умения соотносить теоретический и практический материал в соответствии с основными положениями о языке. -работа содержит незначительные речевые ошибки	-выполнен частичный объём предлагаемых контрольных заданий; обнаруживаются не вполне сформированные умения соотносить теоретический и практический материал в соответствии с основными положениями о языке. -работа содержит отдельные фактические, речевые, орфографические и пунктуационные ошибки.	- объём предлагаемых контрольных заданий выполнен частично/не выполнен; обнаруживаются не вполне сформированные умения соотносить теоретический и практический материал в соответствии с основными положениями о языке. -работа содержит фактические, речевые, орфографические и пунктуационные ошибки/работа не выполнена
--	---	--	---

Рубежный контроль № 3.

Проект

Отлично 10-9 баллов	Хорошо 9-7 баллов	Удовлетворительно 7-5 баллов	Неудовлетворительно 0-5 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 по проекту; - идея сформулирована четко и убедительно обоснована; - проектный продукт разработан; -использованы эффективные, нестандартные приемы привлечения внимания (языковой игры), использованы нестандартные приемы манипулирования сознанием потребителя в соответствии с	-выполнен полный объём предлагаемых заданий по проекту; - идея сформулирована, но не обоснована; -проектный продукт разработан; -использованы стандартные приемы привлечения внимания, использованы основные приемы манипулирования сознанием потребителя в соответствии с	-выполнен частичный объём предлагаемых заданий по проекту; - идея сформулирована нечетко, не обоснована; -проектный продукт разработан; -использованы стандартные, не вполне эффективные приемы привлечения внимания, использованы основные приемы манипулирования сознанием потребителя/приёмы речевого воздействия не использованы -большая часть	- объём предлагаемых заданий выполнен частично/не выполнен; - идея не сформулирована/не обоснована; -проектный продукт разработан/не разработан; -использованы стандартные приемы привлечения внимания/приёмы привлечения внимания не использованы; приемы манипулирования сознанием потребителя не использованы; - использованы не соответствующая теме и



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества
Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 12 из 13	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	---------------	------------------------	---------------

описанными в научно-методологической литературе стратегиями воздействия; -проект содержит достаточно полную информацию из разнообразных источников -текст не содержит фактических, речевых, орфографических и пунктуационных ошибок	описанными в научно-методологической литературе стратегиями воздействия; - проект содержит неполный объем подходящей информации из ограниченного числа однотипных источников	представленной информации в проекте не соотносится с идеей проекта; -текст содержит отдельные, речевые, орфографические и пунктуационные ошибки.	идее проекта информация; -текст содержит речевые, орфографические и пунктуационные ошибки/работа не выполнена
---	---	---	--

Презентация

Отлично 10-9 баллов	Хорошо 9-7 баллов	Удовлетворительно 7-5 баллов	Неудовлетворительно 0-5 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
-выступление соответствуют требованиям проведения презентации, оно не вышло за рамки регламента, автор владеет культурой общения с аудиторией, презентация хорошо подготовлена, автору удалось заинтересовать аудиторию; - презентация отличается творческим подходом, собственным оригинальным отношением автора к идее проекта	- выступление соответствуют требованиям проведения презентации, оно не вышло за рамки регламента, автор владеет культурой общения с аудиторией, но сама презентация не достаточно хорошо подготовлена; презентация самостоятельна, демонстрирует серьезную заинтересованность автора, предпринята попытка представить личный взгляд на идею проекта;	-выступление соответствуют требованиям проведения презентации, оно не вышло за рамки регламента, но автор не владеет культурой общения с аудиторией (умение отвечать на вопросы, доказывать точку зрения); выступление соответствуют требованиям проведения презентации, но оно вышло за рамки регламента; - презентация демонстрирует незначительный интерес к теме проекта, невысокую самостоятельности в работе проекта, не использованы возможности творческого подхода.	-выступление не соответствует требованиям проведения презентации; презентация не проведена; -работа не самостоятельна, шаблонная, показывающая формальное отношение к проекту

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

© Костанайский филиал ФГБОУ ВО «ЧелГУ»



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Система менеджмента качества

Фонд оценочных средств рубежного контроля по дисциплине «Язык рекламы как фактор её эффективности» по направлению подготовки 45.03.01 Филология направленности (профилю) Отечественная филология Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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);

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.