

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Русский язык и культура речи

Код модуля
1154567(1)

Модуль
Русский язык

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Дедюхина Анна Сергеевна	кандидат филологических наук, без ученого звания	Доцент	иностраннных языков
2	Плотникова Мария Вячеславовна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	иностраннных языков

Согласовано:

Управление образовательных программ

Л.А. Щенникова

Авторы:

- Дедюхина Анна Сергеевна, Доцент, иностранных языков
- Плотникова Мария Вячеславовна, Доцент, иностранных языков

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Русский язык и культура речи

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	6	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Русский язык и культура речи

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предьявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-5 -Способен анализировать информацию и систематизировать знания, с целью выработки профессиональной экспертной оценки.	Д-1 - Способен брать ответственность за результат профессиональной экспертной оценки З-2 - Характеризовать основные методы, приемы и процедуру осуществления профессиональной экспертной оценки П-2 - Формулировать экспертную оценку результатов профессиональной деятельности, используя методы анализа и систематизации информации У-2 - Оценивать существующие методы и приемы осуществления экспертной оценки и выбирать наиболее	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

	оптимальные для формирования профессиональной экспертной позиции	
--	--	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.50		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	1,5	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 1.00		
Промежуточная аттестация по лекциям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.00		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.50		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>активная работа на занятиях</i>	1,8	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0.50		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0.50		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		

Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

2. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.50		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	<i>2,7</i>	<i>100</i>
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 1.00		
Промежуточная аттестация по лекциям – нет Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.00		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.50		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>активная работа на занятиях</i>	<i>2,7</i>	<i>100</i>
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.50		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– зачет Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.50		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.

Другие результаты	<p>Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов.</p> <p>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.</p> <p>Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.</p>
-------------------	---

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Уровневая теория устройства языка: единицы русского языка, отношения между языковыми единицами.
 2. Нормы устной речи и речевые ошибки
 3. Нормы письменной речи и лексические, грамматические, орфографические и пунктуационные ошибки
 4. Логичность, точность, уместность речи
 5. Краткость, богатство, выразительность речи
 6. Коммуникативные неудачи
 7. Функциональные стили и социолекты современного русского языка
 8. Способы гармонизации речевого поведения и речевого общения
- LMS-платформа
1. не предусмотрено

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Орфоэпические нормы и ошибки современного русского языка.
2. Орфографические нормы и ошибки современного русского языка.
3. Пунктуационные нормы и ошибки современного русского языка.
4. Лексические нормы и ошибки современного русского языка.
5. Морфологические нормы и ошибки современного русского языка.
6. Синтаксические нормы и ошибки современного русского языка.
7. Словообразовательные и ошибки нормы современного русского языка.
8. Стилистические нормы и ошибки современного русского языка.
9. Средства выразительности русской речи.

Примерные задания

Вариант ответа:

Синтаксические нормы русского литературного языка регламентируют построение словосочетаний и предложений. Ошибки чаще всего связаны с неправильным выбором управляемой формы в словосочетании, нарушением согласования подлежащего и сказуемого, использованием причастных и деепричастных оборотов, а также построением некоторых типов сложных предложений. Эти ошибки относятся к разряду грамматических (критерий К9 при проверке сочинений ЕГЭ).

При построении словосочетаний используются связи управление, согласование и примыкание.

Управление — подчинительная связь, в которой главное слово требует употребления зависимого в определённом падеже. При этом допускаются ошибки типа пример доказывает (подтверждает) о том, что... вместо правильного пример доказывает (подтверждает) то, что...; автор поднимает проблему о воспитании вместо автор поднимает проблему воспитания.

Следует обратить внимание на различие управления слов, близких по значению:

беспокоиться о сыне — тревожиться за сына;

возмутиться его словам — обидеться на его слова;

удивляться красоте — восхищаться красотой;

осудить на два года — приговорить к двум годам;

отзыв о фильме — рецензия на фильм;

обращать внимание на проблему — уделять внимание проблеме — усилить внимание к проблеме;

превосходство над соперником — преимущество перед соперником;

типично (характерно) для него — свойственно (присуще) ему;

предостеречь от опасности — предупредить об опасности;

привычный для всех — знакомый всем.

Часто встречаются ошибки при использовании ряда слов разных частей речи:

бояться темноты (разговорное: бояться темноту);

достигать полутора метров в длину (неверно: достигать полтора метра в длину);

то, чего нам удалось достичь (неверно: то, что нам удалось достичь);

принять участие в соревнованиях (неверно: принять участие на соревнованиях);

избегать опасности (неверно: избегать опасность);

касаться вопроса (устаревшее: касаться до вопроса).

Нужно учитывать, что однокоренные слова разных частей речи могут иметь разное управление:

удивляться молчанию — удивлён молчанием;

рассердиться на обман — рассержен обманом;

верить в победу — уверенность в победе;

заменить старую машину новой — сменить старую машину на новую;

плата за услуги — оплата услуг;

платить/заплатить/уплатить за проезд — оплатить проезд;

подключиться к обсуждению — включиться в обсуждение;

различать звуки и буквы — отличать звуки от букв;

сверять копию с оригиналом — проверять слово по словарю.

При этом в большинстве случаев однокоренные слова имеют одинаковое управление: посвятить жизнь служению народу (неверно: посвятить жизнь служению народа) — служить народу.

Часто нарушение синтаксических норм связано с неправильным употреблением предлогов, например: прийти со школы вместо правильного прийти из школы (идти в школу — возвращаться из школы, идти на завод — прийти с завода). Использование этих предлогов с географическими названиями закреплено традицией. Обычно предлог с употребляется с названиями островов, рек, горных областей, но есть и отступления: приехать с Сахалина, с Енисея, с Урала, с Дальнего Востока — приехать из Франции, из Крыма.

Обратите внимание: предлог ввиду требует родительного падежа (рейс задержан ввиду снегопада), а предлоги благодаря, согласно, вопреки — дательного (благодаря поддержке, согласно приказу, вопреки распоряжению). В некоторых часто употребляемых конструкциях предлог, обычно о, вообще является лишним:

доказывать/подтверждать это (неверно: доказывать/подтверждать об этом);
дать совет, как писать сочинение (неверно: дать совет о написании сочинения);

привести примеры чуткого отношения к людям (неверно: привести примеры о чутком отношении к людям);

коснуться темы защиты природы (неверно: коснуться темы о защите природы).

К достаточно распространённым речевым недочётам относится так называемое «нанизывание падежей» (расположение цепочкой нескольких одинаковых падежных форм, чаще всего родительного): дом племянника жены кучера доктора. Такие

конструкции характерны для официально-делового и научного стиля, и их не всегда можно избежать, однако к этому нужно стремиться, чтобы не затемнялся смысл высказывания. (Ср.: Во избежание падения при экстренном торможении просьба держаться за поручни. — Чтобы не упасть, держитесь за поручни.)

Нормой русского языка является грамматическое согласование определения с главным (определяемым) словом в словосочетании подлежащего со сказуемым.

При согласовании сказуемого с подлежащим необходимо обращать внимание на следующие факторы:

опытный врач Смирнова сразу поставила диагноз (определение и сказуемое согласуются с ближайшим существительным);

Татьяна Петровна, учитель литературы, провела контрольную работу (в предложении с обособленным приложением сказуемое согласуется с подлежащим, выраженным именем собственным), но: город Самара понравился мне; собака Мухтар лаяла;

ребятня бегала по двору (при собирательных существительных — ребятня, молодёжь, родня, детвора и т. д. — сказуемое в форме единственного числа);

все, кто побывал в этом месте, были в восторге; он рассказал о том, что случилось (кто требует сказуемого и определения в форме единственного числа мужского рода, а местоимение что — в единственном числе среднего рода), но: те, что опоздали, стояли в дверях;

большинство поддержало старосту; большинство участников уже выступило; часть спортсменов закончила тренировку; ряд абитуриентов покинул аудиторию (когда подлежащее выражено существительным с собирательным количественным значением, сказуемое согласуется с существительным в именительном падеже).

В подобных случаях сказуемое во множественном числе употребляется в тех случаях, если:

между подлежащим и сказуемым есть другие члены предложения или придаточное предложение (Большинство людей, прочитавших книгу, высоко оценили её; Большинство людей, которые прочитали книгу, высоко оценили её);

На солнышке Полкан с Барбосом лёжа грелись (сказуемое во множественном числе, т. к. подлежащее выражено сочетанием с существительным в творительном падеже с предлогом с);

если подлежащее выражено сочетанием числительного с существительным, то сказуемое стоит в единственном числе (в прошедшем времени — в среднем роде), если внимание обращается на совокупность предметов (На той стороне улицы стоит десять домов; В каждую машину село по четыре человека; но: прошло два года — два года пролетели незаметно), и во множественном числе, если обращается внимание на то, что каждый в отдельности является производителем действия (Семь учеников сдали экзамен на пятёрки);

если подлежащее выражено сочетанием слов несколько, сколько, много, мало с существительным, то сказуемое ставится в единственном числе (Несколько книг лежало

на столе), но при названиях лиц обычно употребляется множественное число (Несколько ребят спорили о чём-то).

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Орфоэпические нормы современного русского языка.
2. Орфографические нормы современного русского языка.
3. Пунктуационные нормы современного русского языка.
4. Лексические нормы современного русского языка.
5. Морфологические нормы современного русского языка.
6. Синтаксические нормы современного русского языка.
7. Словообразовательные нормы современного русского языка.
8. Стилистические нормы современного русского языка.
9. Средства выразительности русской речи.
10. Особенности рекламного текста в аспекте культуры речи.
11. Особенности общения в Интернете (Рунете) в аспекте культуры речи.
12. Жаргонизация современной русской речи.
13. Заимствование и варваризация русской речи.

Примерные задания

Вариант ответа:

Особенности языка рекламы

Каким должен быть язык рекламы? Определяя особенности языка рекламы, лингвисты исходят прежде всего из двух основных коммуникативных функций языка рекламы – информирующей и убеждающей. Он должен быть прежде всего литературно грамотным. Его отличают конкретность и целенаправленность, язык рекламного текста должен быть доказательным (убедительным), логичным по форме и содержанию. Важная особенность рекламного текста - краткость и лаконичность. Оригинальность, неповторимость, занимательность отличают художественную сторону таких текстов.

Слово в рекламе ассоциативно: радуга фруктовых ароматов; сладкий как мед; ароматнее розы.

Грамматические возможности образных представлений безграничны. В рекламе, например, предметное представление о материале лучше всего передают несогласованные определения, выраженные существительными с предлогом, или согласованные определения, выраженные относительными прилагательными. Новинки! Полноприводные газели. Весь модельный ряд с дизельным двигателем – три согласованных определения, выраженные относительными прилагательными и одно несогласованное.

Каков механизм воздействия рекламы? На эффективности средств эмоционального воздействия сказывается новизна, наличие ценностных категорий (культурных, духовных,

религиозных, социальных, житейских). Способами воплощения факторов эмоционального воздействия в рекламном тексте являются, во-первых, парадоксальность и эпатаж, во-вторых, юмор, ассоциации, образность. АМБЕР – королевство сувениров. Шарик – это не роскошь, это настроение! Летайте нашими самолетиками!

Нередко комический эффект в рекламе, имеющий целью привлечение

внимания, достигается за счет стилизации, например, стилизации формы делового документа: ПРИКАЗ по аэрогрилям «Семь холмов!» В честь первого официального празднования Дня защитника Отечества приказываю всем аэрогрилям: Накормить семью отменным ужином! Создать в доме уют и тепло! / Генерал Аэрогриль Семь-Холмовский.

На приеме стилизации также построен и данный рекламный текст: Слышала, подружка!

— Не может быть!

— Это не так!

— Аэрогриль!

— Только до 31 января!

— В «Семи холмах»?

— Сказочная цена!

— На все?

— Только не 1001 аэрогриль.

Говоря об использовании ассоциаций в рекламном тексте, в том числе в

заголовках, отметим, что в них нередко используются ассоциации по контрасту, которые возникают при учете противоположных черт предметов или явлений. Например, ассоциативно контрастный принцип заложен в названии журнала «Пятое колесо» (для специалистов это запасное колесо, а для остальных – лишнее, ненужное, как пятая спица в колеснице). Название сети магазинов видеопродукции «Титаник» не только ассоциативно связано с кинопроизведением и судьбой корабля, но и переосмысляет, переозначивает сам характер этих ассоциаций, выражая чуждость суевериям и подчеркивая долговременность своих планов.

Исследуя рекламный текст с точки зрения его соответствия традиционным представлениям о логической структуре, ученые обнаружили, что обычным и весьма специфическим явлением здесь является нарушение законов логики. И речь в данном случае идет не просто об ошибках или погрешностях, а об особом феномене, требующем своего осмысления.

В качестве примера нарушения логического закона противоречия можно привести рекламу жевательной резинки: *Никогда не извиняйся - этим девчонку не зацепишь. – Я же говорил: главное вовремя извиниться.*

Логическая структура рекламных текстов допускает намеренное нарушение лексико-семантических отношений структуры отдельного высказывания. Иначе, говоря, то, что традиционно рассматривается как нарушение, в отношении рекламного текста должно быть воспринято иначе: необходимо определить, зачем это делается.

К логическим противоречиям и возникновению алогизмов приводит расширение границ лексической сочетаемости. Например, толстое преимущество(в рекламе фирмы производителя окон); вкусное кафе (о кафе Сайгон на Невском пр.), правильное пиво (реклама пива).

На расширении границ лексической сочетаемости построена реклама мобильных телефонов, в основе которой – каламбур: *У меня есть новый друг. / Это телефон Samsung. / Он со мною говорит. / У него мобильный вид.*

Подобные приемы использования видимых алогизмов выполняют задачу привлечения внимания. «Стерильным», выверенным текстом потенциального потребителя рекламной информации не зацепишь.

Одним из средств выразительности в текстах рекламы является использование трансформированных идиом: *Ешь до дна (Пей до дна)* – в рекламе пельменей *Красиво есть не запретишь* (Известно выражение *Красиво жить не запретишь* – так говорят о человеке, имеющем возможность жить красиво, с удобствам). При этом измененные устойчивые обороты не всегда сохраняют генетическую связь с текстом-источником.

Нередко в рекламных текстах используются рекламные клише: *Надежно, выгодно, удобно! Качественно, прочно, долговечно! Модно, красиво, элегантно, женственно! Увлекательно и экзотично! Качественно и безопасно! Конфиденциально и деликатно! Быстро, дешево и надежно!* Использование подобных клише позволяет говорить о таком приеме, как унификация языка рекламного текста, независимо от того, какой товар или какие услуги рекламируются.

Одна из важнейших проблем в рекламной коммуникации – проблема адекватности восприятия и воздействия на потребителя рекламы. Необходимо, чтобы автор текста выбрал языковые средства, адекватные своему замыслу, а реципиент понял текст адекватно замыслу автора. В противном случае может возникнуть искажение смысла, как это можно наблюдать в рекламе компании ЮКОС: *Мы превращаем нефть в движение.* Возникает вопрос: «Движение куда?» Проблему адекватности восприятия рекламной информации авторы рекламных текстов пытаются решить оригинальным способом, используя прием языковой игры путем имитации непосредственного общения с потребителем. Например, *У нас не заржавеет!*(реклама антикоррозийного покрытия); *У*

вас с крышей все в порядке? (реклама услуг по ремонту крыш); Не дай себе засохнуть (реклама прохладительных напитков).

Рекламные тексты характеризуются смысловой уплотненностью. Реклама моделирует психический процесс принятия реципиентом решения, показывая альтернативы и приводя аргументы, работающие только в данном контексте.

Важной составляющей рекламной коммуникации является создание бренд – имиджа – привлекательной атмосферы вокруг товара. И в этом случае чрезвычайно велика роль рекламного девиза, который получил название слоган.

Слоган – краткая, броская фраза, запоминающаяся мысль, своеобразный словесный портрет фирмы, товара. Примеры слоганов, представляющих фирму-производитель или товар: С нами спокойно (Российское страховое народное общество «Росно»); Мебель от АПИТ-Премьер-уникальный интерьер (мебельная фирма Аrit- Премьер); Мы делаем мир чище(профессиональные системы защиты помещений от уличной грязи); Ни дня без скидок (сеть магазинов «Алеко»).

Большинство слоганов отличаются эмоциональной окрашенностью и экспрессией: Пролетарии всех стран, окомпьютеривайтесь! В данном слогане отмечается частичное использование известного марксистского лозунга и неологизма, что и позволяет выразить экспрессию. Специальные девизы создаются под сезонные акции: Готовь сани осенью! Шипуйся, кто может! (реклама зимних шипованных автомобильных шин).

Девиз, даже если он не несет информации создает эмоциональный настрой, подсознательно формирует отношение к фирме и рекламному продукту. Хороший девиз легко запоминается, это приводит к тому, что у потребителя закладывается устойчивое положительное отношение к предмету рекламной информации. Слоганы могут рассматриваться как часть рекламного текста, а в определенной ситуации они сами становятся текстом.

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. История становления культуры речи как науки. Предмет и задачи курса.
2. Язык как естественная знаковая динамическая система.
3. Речь и язык.
4. Виды речи.
5. Социолекты как формы существования языка.
6. Диалекты как формы существования языка.

7. Литературный язык как основной вариант существования современного русского языка.

8. Языковая норма и ее динамика. Типы норм.

9. Акцентологическая норма и ее динамика.

10. Орфоэпическая норма и ее динамика.

11. Лексическая норма и ее динамика.

12. Морфологическая норма. Употребление различных частей речи.

13. Синтаксическая норма. Построение и употребление синтаксических единиц.

14. Функциональные стили русского языка и их общая характеристика.

15. Разговорная речь. Прагматика и стилистика разговорной речи.

16. Особенности разговорной речи в области фонетики, лексики, морфологии, синтаксиса.

17. Типы речевой культуры.

18. Признаки хорошей речи.

19. Коммуникативная неудача: сущность, признаки, причины.

20. Научный стиль. Специфика использования элементов различных языковых уровней.

21. Официально-деловой стиль. Сфера его функционирования и жанровое своеобразие.

22. Деловая беседа как форма речевого общения. Классификация вопросов.

23. Особенности устной публичной речи. Оратор и его аудитория.

24. Деловой телефонный разговор. Речевые формулы. Телефонный этикет.

25. Публицистический стиль. Средства выразительности.

LMS-платформа

1. не предусмотрено

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности	ОПК-5	Д-1	Практические/семинарские занятия