

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
Язык рекламы

**Код модуля**  
1151788(1)

**Модуль**  
Актуальные процессы в русскоязычной  
коммуникации

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия, имя, отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Пикулева Юлия Борисовна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Л.А. Щенникова

**Авторы:**

- Пикулева Юлия Борисовна, Доцент, русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации

**1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Язык рекламы**

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

**2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Язык рекламы**

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
ПК-5 -Готов к планированию и осуществлению публичных выступлений, межличностной и массовой, в том числе межкультурной и межнациональной коммуникации с применением навыков ораторского искусства (Теория и практика речевой коммуникации)	З-1 - Формулировать основные положения теоретической лингвистики, необходимые для успешного осуществления межкультурной, межличностной, публичной коммуникации	Домашняя работа Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия
ПК-6 -Способен использовать в профессиональной деятельности знания	П-1 - Адекватно выбирать и использовать стилистические и риторические средства русского языка при создании различных	Домашняя работа Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2

<p>современной научной парадигмы в области филологии и динамики ее развития, системы методологических принципов и методических приемов филологического исследования, методы филологической работы для создания, редактирования, оформления, квалифицированного анализа и оценки различных видов текстов (Теория и практика речевой коммуникации)</p>	<p>видов письменных текстов с учетом коммуникативных задач и особенностей коммуникативной ситуации У-1 - Давать квалифицированный лингвистический и литературоведческий анализ различных видов текстов с использованием идей современной научной парадигмы в области филологии</p>	<p>Лекции Практические/семинарские занятия</p>
--	--	--

### 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

<p><b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.50</b></p>		
<p>Текущая аттестация на лекциях</p>	<p>Сроки – семестр, учебная неделя</p>	<p>Максимальная оценка в баллах</p>
<p><i>Контрольная работа № 1</i></p>	<p>2,3</p>	<p>50</p>
<p><i>Контрольная работа № 2</i></p>	<p>2,9</p>	<p>50</p>
<p><b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 1.00</b></p>		
<p><b>Промежуточная аттестация по лекциям – нет</b></p>		
<p><b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.00</b></p>		
<p><b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.50</b></p>		
<p>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</p>	<p>Сроки – семестр, учебная неделя</p>	<p>Максимальная оценка в баллах</p>
<p><i>Активность на практических занятиях</i></p>	<p>2,12</p>	<p>50</p>
<p><i>Домашняя работа</i></p>	<p>2,5</p>	<p>50</p>
<p><b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0.50</b></p>		

<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–зачет</b> Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– <b>0.50</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям - <b>не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет</b> Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – <b>не предусмотрено</b>		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям - <b>не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет</b> Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – <b>не предусмотрено</b>		

### 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– <b>не предусмотрено</b>		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – <b>не предусмотрено</b>		

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

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. Правовая состоятельность рекламного текста. Лингвистическая экспертиза рекламы.
2. Виды и жанры рекламы.
3. Коммуникативные качества хорошей речи в рекламном тексте.
4. Модели рекламного текста.
5. Рекламная аргументация.
6. Стратегии и тактики манипулятивного воздействия в рекламном тексте.
7. Алгоритм создания концепции рекламного текста.
8. Креативные методы создания рекламы.
9. Разработка имени бренда.

Примерные задания

Создайте сценарий рекламного ролика придуманного Вами товара или услуги. Продумайте имя бренда, концепцию рекламного текста по определенной модели. Разработайте рекламную аргументацию. Продумайте стратегии и тактики манипулятивного воздействия.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

#### **Базовый**

##### **5.2.1. Контрольная работа № 1**

Примерный перечень тем

1. Тест по ФЗ «О рекламе»

Примерные задания

1. Распространяется ли действие закона о рекламе:
  - а) на рекламу иностранного производства
  - б) на рекламные вывески и указатели
  - в) на упоминания о товаре в произведении искусства
2. Каким образом классифицируется реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о характеристиках товара?
3. Каким образом классифицируется реклама, порочащая честь, достоинство и деловую репутацию конкурента?
4. Нарушает ли требования закона следующая реклама?

«Ангстрем. Мебельный салон. Урицкого, 77. Летнее предложение с 1 июня. Тел. 21-01-01. Дизайнер в подарок»

Какие отступления от норм законодательства вы видите?

5. Вам заказали лингвистическую экспертизу рекламы. Сформулируйте своё отношение к рекламному тексту, опираясь на анализ вербальной и невербальной части сообщения. Сделайте предварительные выводы о соответствии рекламы Федеральному закону.

LMS-платформа – не предусмотрена

### 5.2.2. Контрольная работа № 2

Примерный перечень тем

1. Маркетинговый и лингвистический анализ рекламного текста

Примерные задания

1. Опишите рекламируемый объект, особенно подчеркнув, какая информация будет использована в качестве уникального торгового предложения в вашем рекламном проекте. К товарам какого спроса может быть отнесен этот товар и почему?

2. Опишите целевого адресата рекламируемого объекта, представив его характеристики (пол, возраст, социальное положение, образование, доход, семейное положение, территориальное расположение, значимые для него источники рекламной информации). Сформулируйте потребности, ценности, стереотипы, определяющие его траты. В случае с выявлением негативных стереотипов опишите, каким образом реклама пытается его нейтрализовать, сформировать позитивный стереотип.

3. Укажите, какой тип рекламной деятельности (имиджевая или сбытовая), канал продвижения, жанр рекламы был выбран копирайтером. Аргументируйте правильность этого выбора.

4. Сформулируйте основные рекламные аргументы, обоснуйте их использование. Соответствуют ли они типовым аргументам для продвижения такого типа товара? Если нет, подумайте, почему.

5. Последовательно и подробно проанализируйте фонетические, графические, лексические и синтаксические особенности текста.

ТЕКСТ ДЛЯ АНАЛИЗА:

Всё ещё сидите и боитесь создать свой бизнес? Как и десять лет назад? Только теперь у вас семья, ребенок и куча долгов. О такой жизни мечтали для себя и детей?

Что будет, если и дальше пустите на самотек? Снежный ком из долгов продолжит накрывать, ребенка не на что будет содержать, да и сами будете последний кусок хлеба доедать...

Или, наконец, решитесь открыть бизнес? Присоединитесь к нашему курсу "Бизнес с Китаем"! К нашей команде профессиональных наставников. Которые возьмут за руку и приведут к успеху.

Ещё думаете, стоит или нет? Стоит! Иначе завтра будете краснеть в магазине, когда ребенок попросит купить игрушку, а у вас не окажется денег. Жмите "зарегистрироваться". Измените жизнь к лучшему! Прямо сейчас!

LMS-платформа – не предусмотрена

### 5.2.3. Домашняя работа

Примерный перечень тем



## 1. Нейминг

### Примерные задания

Проанализируйте рекламные наименования одной из сфер города Екатеринбурга (по Вашему выбору). Определите тип рекламного наименования, модель его образования, ключевые смыслы. Опираясь на полученные данные, выделите тенденции наименования в соответствующем секторе рынка. Проведите мозговой штурм, разработайте новые варианты наименований в выбранной Вами сфере.

Возможные сферы (для выбора):

- наименования лингвистических центров;
- наименования салонов красоты;
- наименования кафе и ресторанов;
- наименования гостиниц, отелей, хостелов и др.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

### **5.3.1. Зачет**

Список примерных вопросов

1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Правовая оценка рекламного текста.
3. Методика написания лингвистической экспертизы рекламного текста.
4. Виды и жанры рекламы.
5. Основные вербальные составляющие рекламного текста: слоган, заголовок, основной рекламный текст, рекламные реквизиты.
6. Фонетические особенности рекламных текстов.
7. Лексическая специфика рекламных текстов.
8. Синтаксические особенности рекламных текстов.
9. Коммуникативные качества хорошей речи в рекламных текстах: прагматическая значимость соблюдения и отступлений.
10. Композиционные части рекламного текста.
11. Читаемость рекламного текста.
12. Прототипический рекламный текст.
13. Маркетинговая информация как средство речевого воздействия в рекламном тексте.
14. Алгоритм создания рекламного текста.
15. Модели рекламного текста.
16. Типовые смыслы в сбытовой и имиджевой рекламе товаров разного типа.
17. Манипуляция в рекламе: общерекламная цель, стратегия, тактики, приемы вербального манипулирования.
18. Креативные стратегии создания рекламного текста.
19. Методики оценки коммуникативной эффективности рекламы.
20. Рекламное имя: принципы создания и прогнозирования успешности.

LMS-платформа – не предусмотрена

#### **5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности**

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.