

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиала) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 11.06.2024 12:00:54
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УР
Пятигорского института (филиала) СКФУ
Н.В. Данченко

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ЛИНГВИСТИКА РЕКЛАМНЫХ И PR-ТЕКСТОВ**

Направление подготовки	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Направленность (профиль)	<u>Коммуникативные технологии и реклама</u>
Год начала обучения	<u>2024</u>
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	2, 3, 4, 5

Введение

1. Назначение: фонды оценочных средств ориентированы на оценку достижения запланированные в образовательной программе результаты обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.
2. ФОС является приложением к программе дисциплины (модуля) «Лингвистика рекламных и PR-текстов»
3. Разработчик: Шевченко Е.М., доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации
4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы:
Председатель: Новосёлова Н.Н., зав кафедрой финансов и бухгалтерского учета
Климова Н.Ю., и.о. зав.кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации
Приворотская Е.Е., доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

Представитель организации-работодателя
Носолева В.А., директор ООО «Финэкс»

Экспертное заключение: данный ФОС соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

1. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)				
<p>Результаты обучения по дисциплине: Индикатор: ИД-1 УК-4 Выбирает приемлемый стиль делового общения на государственном(-ых) и иностранном(-ых) языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами в устной и письменной формах.</p>	<p>Не способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах в каждой из разновидностей (беседа, совещание, переговоры, телефонный разговор, консультирование, деловое письмо); не использует соответствующие стили общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия.</p>	<p>Осуществляет коммуникацию в устной форме, не учитывая в полной мере специфики делового взаимодействия; не дифференцирует языковые особенности книжных стилей; использует вербальные и невербальные средства взаимодействия. Обучающийся допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.</p>	<p>Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах в большинстве разновидностей (беседа, совещание, переговоры, телефонный разговор, консультирование, деловое письмо); использует соответствующие стили общения, допуская отдельные ошибки, использует вербальные и невербальные средства взаимодействия. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.</p>	<p>Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах в каждой из разновидностей (беседа, совещание, переговоры, телефонный разговор, консультирование, деловое письмо); использует соответствующие стили общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает.</p>
<p>Индикатор: ИД-2 УК-4 Использует информационно-коммуникационные технологии для повышения эффективности профессионального взаимодействия, поиска необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном(-ых) и иностранном (-ых) языках.</p>	<p>Не способен осуществлять профессиональное взаимодействие с применением информационно-коммуникативных технологий; не владеет речевыми техниками и техниками слушания в информационно-коммуникационных системах; не приводит в действие техники психологического влияния, вербализации эмоций и чувств, техник «малого разговора».</p>	<p>Осуществляет профессиональное взаимодействие с применением отдельных информационно-коммуникативных технологий; владеет некоторыми речевыми техниками и техниками слушания в информационно-коммуникационных системах.</p>	<p>Осуществляет профессиональное взаимодействие с применением информационно-коммуникативных технологий; владеет большинством речевых техник и техниками слушания в информационно-коммуникационных системах; приводит в действие техники психологического влияния, вербализации эмоций и чувств.</p>	<p>Осуществляет профессиональное взаимодействие с применением информационно-коммуникативных технологий; владеет речевыми техниками и техниками слушания в информационно-коммуникационных системах; приводит в действие техники психологического влияния, вербализации эмоций и чувств, техник «малого разговора».</p>
<p>Индикатор: ИД-3 УК-4 Оценивает эффективность применяемых коммуникативных технологий в профессиональном взаимодействии на государственном(-ых)</p>	<p>Не способен применять основные типы языковых норм, соблюдение которых позволяет логически верно, аргументированно, ясно и правильно строить речь. Не способен оформлять деловые бумаги, редактировать их тексты.</p>	<p>Применяет отдельные языковые нормы, соблюдение которых позволяет логически верно, аргументированно, ясно и правильно строить речь. Оформляет деловые бумаги с многочисленными ошибками.</p>	<p>Применяет основные типы языковых норм, соблюдение которых позволяет логически верно, аргументированно, ясно и правильно строить речь. Оформляет деловые бумаги, допуская</p>	<p>Применяет основные типы языковых норм, соблюдение которых позволяет логически верно, аргументированно, ясно и правильно строить речь. Оформляет деловые бумаги, редактирует их тексты. Понимает,</p>

и иностранном(-ых) языках, производит выбор оптимальных.	Понимает, но не обобщает, слабо анализирует получаемую информацию в рамках деловой коммуникации. Не соблюдает общепринятые правила речевого поведения.	Частично понимает, обобщает, анализирует получаемую информацию в рамках деловой коммуникации. Соблюдает отдельные правила речевого поведения.	отдельные ошибки. Понимает, обобщает, анализирует получаемую информацию в рамках деловой коммуникации. Соблюдает общепринятые правила речевого поведения, совершенствует уровень собственной речевой культуры в деловой сфере.	обобщает, анализирует получаемую информацию в рамках деловой коммуникации. Соблюдает общепринятые правила речевого поведения, совершенствует уровень собственной речевой культуры в деловой сфере.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем				
Результаты обучения по дисциплине: Индикатор: ИД-1 ОПК-1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Не выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, т.к. не владеет терминологией в области создания рекламных и PR-текстов; не знает типологию рекламных и PR-текстов; не умеет анализировать рекламные и PR-тексты, создавать отдельные компоненты их структуры	Частично выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, т.к. не совсем корректно владеет терминологией в области создания рекламных и PR-текстов; слабо знает типологию рекламных и PR-текстов; не уверенно анализирует рекламные и PR-тексты, создает отдельные компоненты их структуры	В целом правильно выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, т.к. владеет терминологией в области создания рекламных и PR-текстов; знает типологию рекламных и PR-текстов; умеет анализировать рекламные и PR-тексты, создавать отдельные компоненты их структуры, однако допуская некоторые неточности	Уверенно выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, т.к. твердо владеет терминологией в области создания рекламных и PR-текстов; знает типологию рекламных и PR-текстов; умеет грамотно анализировать рекламные и PR-тексты, создавать отдельные компоненты их структуры;
Индикатор: ИД-2 ОПК-1 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Не осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, т.к. не владеет навыками работы с рекламной и PR-продукцией, размещённой в СМИ; не владеет навыками и методами подготовки и написания рекламных и PR-текстов различных жанров и форматов.	Частично осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем т.к. слабо владеет навыками работы с рекламной и PR-продукцией, размещённой в СМИ; частично владеет навыками и методами подготовки и написания рекламных и PR-текстов различных жанров и форматов.	В целом правильно осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, т.к. владеет навыками работы с рекламной и PR-продукцией, размещённой в СМИ; владеет навыками и методами подготовки и написания рекламных и PR-текстов различных жанров и форматов, однако допуская некоторые неточности	Грамотно осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, т.к. уверенно владеет навыками работы с рекламной и PR-продукцией, размещённой в СМИ; владеет навыками и методами подготовки и написания рекламных и PR-текстов различных жанров и форматов.
ПК-1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики				

<p>Результаты обучения по дисциплине: Индикатор: ИД-1 ПК-1 Знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта.</p>	<p>Не знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта, т.к. не владеет базовыми понятиями в области создания PR-продукции; не знает приемы воздействия и убеждения в рекламных и PR-текстах</p>	<p>Частично знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта, т.к. не совсем корректно владеет базовыми понятиями в области создания PR-продукции; слабо знает приемы воздействия и убеждения в рекламных и PR-текстах</p>	<p>В целом знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта, т.к. владеет базовыми понятиями в области создания PR-продукции; знает приемы воздействия и убеждения в рекламных и PR-текстах, однако допуская некоторые неточности</p>	<p>Уверенно знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта, т.к. твердо владеет базовыми понятиями в области создания PR-продукции; знает приемы воздействия и убеждения в рекламных и PR-текстах</p>
<p>Индикатор: ИД-2 ПК-1 Способен учитывать специфику каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Не способен учитывать специфику каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью, т.к. не знает законы композиции и стиля рекламных и PR-текстов; не ориентируется в жанровом разнообразии рекламной продукции</p>	<p>Частично способен учитывать специфику каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью, т.к. неуверенно знает законы композиции и стиля рекламных и PR-текстов; слабо ориентируется в жанровом разнообразии рекламной продукции</p>	<p>В целом способен учитывать специфику каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью, т.к. знает законы композиции и стиля рекламных и PR-текстов; ориентируется в жанровом разнообразии рекламной продукции, однако допуская некоторые неточности</p>	<p>Уверенно способен учитывать специфику каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью, т.к. твердо знает законы композиции и стиля рекламных и PR-текстов; четко ориентируется в жанровом разнообразии рекламной продукции</p>
<p>Индикатор: ИД-3 ПК-1 Владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Не владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, т.к. не знает основные элементы PR-текста и этапы его создания; не владеет современными творческими рекламными стратегиями; не создает PR-продукцию с учетом оценки коммуникативной эффективности рекламы</p>	<p>Неуверенно владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, т.к. частично знает основные элементы PR-текста и этапы его создания; слабо владеет современными творческими рекламными стратегиями; неуверенно создает PR-продукцию с учетом оценки коммуникативной эффективности рекламы</p>	<p>В целом владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, т.к. знает основные элементы PR-текста и этапы его создания; владеет современными творческими рекламными стратегиями; создает PR-продукцию с учетом оценки коммуникативной эффективности рекламы, однако допуская некоторые неточности</p>	<p>Уверенно владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта, т.к. твердо знает основные элементы PR-текста и этапы его создания; уверенно владеет современными творческими рекламными стратегиями; создает PR-продукцию с учетом оценки коммуникативной эффективности рекламы</p>

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры – в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.		Какой термин К. А. Иванова употребляет для обозначения «PR-текста»: а) Медiateкст б) Материалы в) PR-материалы г) Документ	ОПК-1
2.		Какие два новых типа ньюс-релиза выделяет Р. Смит?	ОПК-1
3.		Что характерно для мультимедиа-релизов?	ОПК-1
4.		Что включает в себя приглашение как вид текстов оперативно-новостных жанров?	ОПК-1
5.		К образно-новостному жанру относятся: а) факт-лист и биография б) бэкграундер и лист вопросов и ответов в) заявление для СМИ и открытое письмо г) байлайнер, поздравление, письмо	ОПК-1
6.		К фактологическому жанру относятся: а) факт-лист и биография б) бэкграундер и лист вопросов и ответов в) заявление для СМИ и открытое письмо г) байлайнер, поздравление, письмо	ОПК-1
7.		Как могут быть представлены исследовательско-новостные жанры в сети?	ОПК-1
8.		Назовите отличительные особенности интернет-сообществ.	ОПК-1
9.		Какие основные отличия можно заметить, сравнивая PR-тексты, размещенные в социальных сетях?	ОПК-1
10.		Как называется релиз, размещаемый в социальных сетях? а) пресс-релиз б) социомедиарелиз	ОПК-1

		в) интернет-релиз г) информационное письмо	
11.		Назовите несколько площадок, где размещаются PR-тексты в интернете?	ОПК-1
12.		Какая платформа используется для размещения и распространения интернет-текстов?	ОПК-1
13.		Какой сервис является самым первым и удачным в России? а) MailList б) Рамблер-Рассылки в) Subscribe	ОПК-1
14.		Назовите электронные средства массовой информации.	ОПК-1
15.		Какую социальную сеть сервиса нужно использовать для распространения PR-текстов?	ОПК-1
16.		Что является важной особенностью электронных PR-текстов? Выберите верный ответ. а) диалогичность и обусловленная интерактивностью интернет-коммуникации; б) выход за рамки отдельного текста; в) возможность обратной связи.	ОПК-1
17.		Какую технологию используют для активизации обратной связи?	ОПК-1
18.		Какие две модели выделяют для гипертекстовых переходов?	ОПК-1
19.		Что является целью SEO-копирайтинга?	ОПК-1
20.		Дайте определение понятия «PR-медиатексты».	ОПК-1
21.		Назовите основные жанры PR-медиатекстов.	ОПК-1
22.		Выберите правильный вариант ответа: а) PR-медиатекст пишется по инициативе органа СМИ б) PR медиатексты не имеют никаких различий с журналистскими текстами в) к основным задачам PR-медиатекста можно отнести создание позитивного имиджа субъекта PR и управление им, формирование оптимальной коммуникационной среды для взаимодействия с общественностью	ОПК-1

23.		На основе чего строится классификация фотографий как визуальной разновидности PR-текста?	ОПК-1
24.		На каких фотографиях предмет, процесс или персона представлены в режиме реальной жизни, без приукрашивания?	ОПК-1
25.		Какие визуальные элементы фирменного стиля компании играют важную роль и усиливают информативность и экспрессивность текста в PR-текстах, размещенных в Интернете?	ОПК-1
26.		Дайте определение термина «языковое манипулирование».	ОПК-1
27.		Что используется как «инструмент социальной власти» по выражению Б. Блакара? а) язык б) закон в) реклама	ОПК-1
28.		В чем состоит суть манипулятивной стратегии конструкции с отрицанием?	ОПК-1
29.		В чем сила информации, присутствующей в тексте имплицитно?	ОПК-1
30.		Как называется импликатура, в которой вывод основан на знаниях о мире? а) импликатуры речевого общения б) теоретические импликатуры в) конвенциональные импликатуры	ОПК-1
31.		В каком случае импликатура может вызывать отторжение? а) если она не уместна б) если утверждение кажется сомнительным в) если она касается самого адресата	ОПК-1
32.		Привлекательность импликатур для рекламистов связана с тремя обстоятельствами. Перечислите их.	ОПК-1
33.		Вставьте пропущенное слово. Вывод опирается на лингвистическую информацию, умозаключение верно в силу значения слов и конструкций, использованных говорящим. Это так называемая _____ импликатура.	ОПК-1
34.		Как вы понимаете понятие «имплицитно»?	ОПК-1

35.		К чему могут приводить некорректные сравнения?	ОПК-1
36.		Основной прием создания вырожденного класса сравнения.	ОПК-1
37.		В чем особенность создания суженного класса сравнения?	ОПК-1
38.		Какой прием используется при создании неопределённого класса сравнения?	ОПК-1
39.		Для чего используется смещенный класс сравнения?	ОПК-1
40.		Что не является специализированным средством речевого воздействия? а) просьба б) приказ в) требование г) принуждение	ОПК-1
41.		Назовите две обширные сферы языковой манипуляции.	ОПК-1
42.		Какие две разновидности различают внутри речевого воздействия?	ОПК-1
43.		Смежный PR-текст, функционирующий в пространстве экономических коммуникаций, который содержит оптимизированную информацию о персоне, но не отражает публицитный капитал субъекта PR (организации), поскольку данная персона не принадлежит какому-либо субъекту PR и сама таковым не является а) резюме б) слоган в) имиджевая статья г) кейс-стори	ПК-1
44.		Дайте определение понятия «резюме».	ПК-1
45.		Какие PR-тексты называются смежными и какие виды текстов к ним относят?	ПК-1
46.		Дайте определение понятия «слоган».	ПК-1
47.		Какие особенности с точки зрения содержания имеет политический слоган?	ПК-1
48.		Впишите пропущенное слово: _____ статья – жанр PR-текста, представляющий актуальную, социально значимую информацию о субъекте PR, способствующий формированию или приращению публицитного капитала. Публикация такой статьи в СМИ инициируется самим субъектом PR. Он же выбирает информационный повод для нее.	ПК-1

49.		Впишите пропущенное слово: _____ - объединенная смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и цельность.	ПК-1
50.		Назовите основные компоненты акта коммуникации	ПК-1
51.		Впишите пропущенное слово: _____ - материальный носитель с зафиксированной на нем в любой форме информацией в виде текста, звукозаписи, изображения и (или) их сочетания, который имеет реквизиты, позволяющие его идентифицировать, и предназначен для передачи во времени и в пространстве в целях общественного использования и хранения	ПК-1
52.		Какие компоненты, помимо невербальных и вербальных, выделяют среди современных PR-текстов?	ПК-1
53.		Назовите примеры визуальных PR-текстов.	ПК-1
54.		Впишите пропущенное слово: _____ PR-текста определяется как «особого рода форма организации текстового материала, характеризующаяся общностью содержательных, структурно-композиционных и стилистических признаков».	ПК-1
55.		На какие две группы делят текстовые материалы в PR-коммуникациях?	ПК-1
56.		На какие две группы <i>по степени эксплицитности</i> дифференциальных признаков делятся все PR-тексты?	ПК-1
57.		По какому признаку среди первичных PR-текстов выделяются простые тексты и комбинированные?	ПК-1
58.		Что относится к оперативно-новостным жанрам?	ПК-1
59.		Какими свойствами обладают визуальные тексты для PR-информации?	ПК-1
60.		Какие два вида пресс-релизов выделяют с точки зрения информирования о событии, ситуации или персоне?	ПК-1
61.		Что такое пресс-релиз?	ПК-1
62.		Каковы функции цитаты в пресс-релизе?	ПК-1
63.		Дайте определению понятия «приглашение».	ПК-1

64.		Назовите две разновидности приглашения журналистов.	ПК-1
65.		К чему приводит неформальность PR-коммуникации в социальных сетях?	ПК-1
66.		Чем факт-лист отличается от бэкграундера?	ПК-1
67.		Дайте определение понятия «фактологические жанры».	ПК-1
68.		Вставьте пропущенное слово: _____ PR-тексты делятся на первичные и вторичные.	ПК-1
69.		Что не относится к разновидностям фактологических жанров: а) факт-лист б) чек-лист в) биография г) А и В	ПК-1
70.		Дайте определение понятия «факт-лист».	ПК-1
71.		Дайте определение жанра биографии в PR-тексте.	ПК-1
72.		Какие тексты называются исследовательскими?	ПК-1
73.		К исследовательским жанрам можно отнести: а) заявление для СМИ б) поздравление в) биография г) факт-лист	ПК-1
74.		Дайте определение понятия «коммюнике».	ПК-1
75.		Коммюнике можно охарактеризовать как а) «типичное» заявление для СМИ б) «нетипичное» заявление для СМИ в) приглашение г) имиджевая статья	ПК-1
76.		На сколько групп можно разделить весь массив текстов, имеющих указание на жанр заявления для СМИ: а) 10 б) 6	ПК-1

		в) 2 г) 14	
77.		Чем характеризуются «типичные» заявления?	ПК-1
78.		Какова цель «нетипичного» заявления?	ПК-1
79.		Какова цель «типичного» заявления?	ПК-1
80.		Какова цель открытого письма?	ПК-1
81.		Дайте определения образно-новостных жанров.	ПК-1
82.		Авторская статья, целью которой является стремление первого лица организации выразить свою позицию, представить свое понимание существующих проблем в обществе и тем самым поддержать публичный капитал субъекта PR – это: а) байлайнер б) поздравление в) письмо	ПК-1
83.		PR-текст, адресованный конкретной персоне или организации, в котором субъект PR пишет пожелания адресату в связи со знаменательным событием в его жизни – это: а) байлайнер б) поздравление в) письмо	ПК-1
84.		Текст, направляемый узкой целевой группе общественности от имени первого (должностного) лица и посвященный какому-либо событию или ситуации в жизни субъекта PR – это: а) байлайнер б) поздравление в) письмо	ПК-1
85.		Дайте определение понятия «имиджевая статья».	ПК-1
86.		В чем заключается отличие между вербальным и визуальным PR-текстами	ПК-1
87.		Какие знаки называются индексальными?	ПК-1
88.		Вставьте пропущенное слово в нужном падеже:	ПК-1

		Под _____ персональной фотографией обычно понимается визуальный текст, в котором первое лицо организации изображено на фоне элементов корпоративного фирменного стиля (логотипа и др.).	
89.		Что представляют собой комбинированные PR-тексты ?	ПК-1
90.		Что может входить в комбинированные тексты?	ПК-1
91.		Дайте определение понятию «корпоративное издание».	ПК-1
92.		Чем информационный пакет отличается от пресс-кита?	ПК-1
93.		Что представляет собой по форме сигнально-информационная листовка?	ПК-1
94.		Что относится к исследовательско-новостным жанрам?	ПК-1
95.		Дайте определение понятия «бэкграундер».	ПК-1
96.		Какие виды бэкграундеров существуют?	ПК-1
97.		Что такое лист вопросов-ответов?	ПК-1
98.		Вставьте пропущенные слово: _____ справка – это PR-текст, в котором на основе анализа ряда информационных источников делаются какие-либо обобщения, важные для дальнейшей деятельности субъекта PR и поддержания его публичитного капитала.	ПК-1
99.		Какие функции выполняет реклама?	ПК-1
100.		В чем состоит суть рекламной стратегии?	ПК-1
101.		Охарактеризуйте понятие «рекламная идея».	ПК-1
102.		Какие два типа творческих рекламных стратегий существуют?	ПК-1
103.		Что относится к вербальному типу информации? а) рекламные образы б) музыка в) рекламный текст г) общее стилевое решение	ПК-1
104.		Наиболее удачной считается реклама, в которой а) доминируют чувства б) доминируют факты и доводы в) чувства и доводы тесно связаны	ПК-1

105.		Назовите и охарактеризуйте главный критерий эффективности рационалистической рекламы.	ПК-1
106.		В чем состоит сила стратегий проекционного типа?	ПК-1
107.		А. Стратегии рационалистического типа напрямую связаны с информативностью: с товаром, с тем, что он есть в действительности. Б. Стратегии рационалистического типа напрямую связаны с эмоциональным воздействием на потребителя. а) верно только а б) верно только б в) верны оба суждения г) оба суждения неверны	ПК-1
108.		А. Стратегии проекционного типа напрямую связаны с информативностью: с товаром, с тем, что он есть в действительности. Б. Стратегии проекционного типа напрямую связаны с эмоциональным воздействием на потребителя. а) верно только а б) верно только б в) верны оба суждения г) оба суждения неверны	ПК-1
109.		В чем состоит сила стратегий рационалистического типа?	ПК-1
110.		Назовите главный критерий стратегий проекционного типа.	ПК-1
111.		Что характерно для рекламных стратегий проекционного типа: а) сухая, фактологическая информация б) эмоциональное воздействие на потребителя в) описание главных свойств товара	ПК-1
112.		Что характерно для рекламных стратегий рационалистического типа: а) эмоциональная мотивация б) сюжетный ход в) описание реальных утилитарных свойств товара	ПК-1
113.		А. Как правило, проекционная реклама использует художественный образ, кото-	ПК-1

		<p>рый привлекает и удерживает внимание людей.</p> <p>Б. Проекционная реклама создает психологически важные отличительные особенности товара и способствует дифференциации марок, особенно в тех случаях, когда реальные отличия между ними слабо ощутимы.</p> <p>а) верно только а</p> <p>б) верно только б</p> <p>в) верны оба суждения</p> <p>г) оба суждения неверны</p>	
114.		В каких случаях лучше использовать проекционную рекламу?	ПК-1
115.		Как называется тип рекламирования, совмещающий черты рационалистического и эмоционального подходов?	ПК-1
116.		Назовите основную задачу рекламиста, использующего стратегии рационалистического типа.	ПК-1
117.		<p>Как часто встречаются полноценные сравнения в рекламе?</p> <p>а) часто</p> <p>б) редко</p> <p>в) не встречаются</p>	ПК-1
118.		<p>Когда был принят закон о рекламе?</p> <p>а) 1991</p> <p>б) 2002</p> <p>в) 1995</p>	ПК-1
119.		Раскройте суть правила «постулат релевантности».	ПК-1
120.		Что называется «манипулированием»?	ПК-1
121.		Какое манипулирование называется языковым?	ПК-1
122.		Что называют значимым варьированием?	ПК-1
123.		Что такое образ действительности?	ПК-1
124.		Дайте определение понятия «структура ценностей».	ПК-1
125.		<p>Что не входит в компоненты образа действительности?</p> <p>а) набор деятелей</p>	ПК-1

		б) система иерархий в) система метафор г) структура ценностей	
126.		Что из перечисленного не является ценностью человека: а) права человека б) свобода в) контроль г) мировое господство	ПК-1
127.		Дайте определение понятия «стереотипные рецепты деятельности».	ПК-1
128.		К видам манипулирования не относят: а) логическое б) политическое в) социальное г) психологическое	ПК-1
129.		Как называется разновидность рекламы, при которой вам продают определенный товар?	ПК-1
130.		Чем определяется поведение человека?	ПК-1
131.		Как вы понимаете значение словосочетания «система иерархий»?	ПК-1
132.		Дайте определение понятия «реклама».	ПК-1
133.		Соотнесите текст и жанр, к которому он относится: 1) биография 2) пресс-релиз 3) поздравление 4) бэкграундер а) оперативно-новостной жанр б) фактологический жанр в) исследовательско-новостной жанр г) образно-новостной жанр	ПК-1
134.		Соотнесите текст и жанр, к которому он относится: 1) аналитическая справка 2) факт-лист 3) интернет-релиз 4) письмо а) оперативно-новостной жанр б) фактологический жанр в) исследовательско-новостной жанр г) образно-новостной жанр	ПК-1

135.		Какие варианты беспредложного управления являются верными? а) достичь результата; б) добиваться справедливости; в) жаждать почестей; г) достичь цель.	УК-4
136.		Архаизмы – это: а) устарелые названия актуальных понятий, у которых есть другие, современные названия; б) слова, характерные для письменной речи и имеющие особую стилистическую окраску; в) характерные для территориальных диалектов языковые особенности, включаемые в литературную речь; г) слова, обозначающие исчезнувшие из современной жизни предметы, явления, ставшие неактуальными понятия.	УК-4
137.		Какое явление характеризует следующее определение? Слово синонимического ряда с самым объемным и нейтральным значением, поэтому оно определяет общее толкование словарной синонимической статьи и является семантической точкой отсчета для других членов парадигмы.	УК-4
138.		Какие утверждения являются верными? а) У существительных с суффиксами субъективной оценки родовая принадлежность определяется по роду мотивирующего слова. б) Имена существительные с суффиксами -ак-, -як-, -яг-, -ул- и др., называющие лиц по определенному характерному признаку, относятся к женскому роду. в) Род буквенных аббревиатур определяется по формальному показателю. г) Некоторые существительные, имеющие значение общего рода, могут употребляться и применительно к мужчине, и применительно к женщине.	УК-4
139.		Грамматическое значение слова – это: а) отражение в слове представления говорящих о явлении действительности; б) его характеристики как элемента определенной части речи; в) значение слова, которое вместе со звуковой оболочкой ограничивает его от других слов; г) стилистически нейтральное значение слова.	УК-4
140.		Выделите словосочетание, в котором ударение служит для различения грамматических форм слов.	УК-4

		а) могучие сосны – ветки сосны; б) добрые вести – вести беседу; в) помчаться бегом – увлечься бегом; г) пропасть без вести – бездонная пропасть.	
141.		В каких случаях пишется прописная буква? а) (Э, э)зопов язык; б) (И, и)ваново детство; в) (Т, т)ургеневские пейзажи. г) (Л, л)омоносовские чтения.	УК-4
142.		В каждом слове какого ряда пишется после шипящего О? а) вооруж...н, размеж...вывать, трущ...ба; б) реш...тка, прож...рливый, ш...мпол; в) петуш...к, горяч..., ожог (сущ.); г) ч...порный, стаж...р, маж...рный	УК-4
143.		От данных слов образуйте имена существительные, используя суффиксы -овк- или -евк-: а) конец б) ночевать в) корчевать г) груша	УК-4
144.		Какие формы согласования прилагательного являются верными? а) за последние три месяца; б) за последних три месяца; в) за три последних месяца; г) за три последние месяца.	УК-4
145.		В каком ряду все сложные прилагательные пишутся слитно? а) (трудо)любивый, (легко)растворимый, (много)обещающий; б) (трудно)доступная, (северо)восточный, (иссиня)черный; в) (практически)полезный, (тяжело)больной, (узко)практический; г) (физико)математический, (механико)сборочный, (велико)русский.	УК-4
146.		Слова кот – код, лиса, – леса, костный – косный являются: а) омофонами; б) омоформами; в) омографами;	УК-4

		г) омонимами.	
147.		Завершите утверждение. После мягких согласных, на месте гласных, обозначаемых буквами Е, Ё, Я, в безударном положении обычно произносится звук, близкий к ...	УК-4
148.		Для какого слова характерно устойчивое ударение? а) рукав; б) туфли; в) паспорт; г) среда.	УК-4
149.		Грамматическое значение слова – это: а) отражение в слове представления говорящих о явлении действительности; б) его характеристики как элемента определенной части речи; в) значение слова, которое вместе со звуковой оболочкой ограничивает его от других слов; г) стилистически нейтральное значение слова.УК-4	УК-4
150.		Какие из приведенных составных существительных относятся к мужскому роду? а) школа-интернат; б) мужчина-машинистка; в) человек-тайна; г) плащ-палатка.	УК-4
151.		В каком случае форма родительного падежа единственного числа образована в соответствии с нормами литературного языка? а) нет снегу; б) напустить туману; в) налить кипятку; г) купить табаку.	УК-4
152.		Какие формы согласования прилагательного являются верными? а) за последние три месяца; б) за последних три месяца; в) за три последних месяца; г) за три последние месяца.	УК-4
153.		В каком случае правильным является выбор родительного падежа имени существительного? а) девочка наряжала кукол;	УК-4

		б) покрыть туз королем; в) есть шпротов; г) ставить пиявок для лечения.	
154.		В каком случае демонстрируются антонимические отношения? а) адресат – адресант; б) идти – плестись; в) легкое – грубое; г) вьюга – метель.	УК-4
155.		Какой вариант конструкции с предлогом является верным? а) по возвращении из командировки; б) по истечению урока; в) по прибытию на рабочее место; г) по приезду на вокзал.	УК-4
156.		В каком случае форма рода имени существительного в именительном падеже является устаревшей? а) бацилл; б) лангуст; в) сандалия; г) тапка.	УК-4
157.		Какое из представленных имен существительных относится к женскому роду? а) неясить; б) лебедь; в) толь; г) шампунь.	УК-4
158.		Что такое «язык»?	УК-4
159.		Назовите и раскройте функции языка.	УК-4
160.		Чем отличается язык от речи?	УК-4
161.		Какие формы русского национального языка вам известны?	УК-4
162.		Назовите основные признаки русского литературного языка.	УК-4
163.		Назовите основные группы заимствованных слов.	УК-4
164.		Что такое омонимы?	УК-4
165.		Что такое паронимы?	УК-4
166.		Какие виды синонимов вам известны?	УК-4

167.		Какие виды лексических ошибок вы знаете?	УК-4
168.		Какие виды норм литературного языка вы знаете?	УК-4
169.		Дайте определение орфоэпических норм.	УК-4
170.		Перечислите элементы языковой системы.	УК-4
171.		Перечислите, что относится к коммуникативным качествам речи.	УК-4
172.		Охарактеризуйте следующие разделы современного русского языка: - Лексика – это - Фонетика - - Орфография - - Орфоэпия - - Словообразование - - Морфология - - Синтаксис - - Пунктуация -	УК-4
173.		Дайте определение морфологических норм.	УК-4
174.		Дайте определение синтаксических норм.	УК-4
175.		Дайте определение акцентологических норм.	УК-4
176.		Каковы основные особенности русского ударения?	УК-4
177.		Охарактеризуйте основные аспекты культуры речи.	УК-4
178.		Перечислите основные причины возникновения ошибок при ударении, с примерами.	УК-4
179.		На какие три группы распределяют имена существительные по месту ударения? Приведите примеры.	УК-4
180.		Какие существуют (есть) закономерности постановки ударения в кратких формах прилагательных?	УК-4
181.		Какая постановка ударения в сравнительной степени кратких форм прилагательных?	УК-4
182.		Назовите и охарактеризуйте три типа языковых норм.	УК-4
183.		Чем отличается постановка ударения в глаголах прошедшего времени женского рода от ударения глаголов мужского и среднего рода, а также во множественном числе?	УК-4
184.		Перечислите типичные отступления от нормы в области синтаксиса.	УК-4

185.		Перечислите наиболее распространенные нарушения лексических норм.	УК-4
186.		Какие выделяют функциональные стили языка и какую функцию они выполняют?	УК-4
187.		На какие жанры разделяют каждый стиль? Приведите примеры.	УК-4
188.		Какие особенности относятся к разговорному стилю речи?	УК-4
189.		Что такое язык художественной литературы и его особенности?	УК-4
190.		Перечислите основные черты языка газеты.	УК-4
191.		В чем заключается своеобразие научного стиля?	УК-4
192.		Перечислите основные жанры научного стиля и приведите примеры.	УК-4
193.		Что такое официально-деловой стиль и его основные признаки?	УК-4
194.		Какие подстили выделяют в официально-деловом стиле и в чем их различия?	УК-4
195.		Перечислите наиболее распространенные нарушения лексических норм.	УК-4
196.		Какие выделяют функциональные стили языка и какую функцию они выполняют?	УК-4
197.		На какие жанры разделяют каждый стиль? Приведите примеры.	УК-4
198.		Какие особенности относятся к разговорному стилю речи?	УК-4
199.		Что понимается под выражением «языковая игра»?	УК-4
200.		Вставьте пропущенное слово: _____ – это игра на многозначности слова, или созвучности двух слов (или словосочетаний), или их смысловом сходстве.	УК-4

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка *«отлично»* выставляется студенту, если он обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

Оценка *«хорошо»* выставляется студенту, если он обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены несущественные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Студент испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком.

Оценка *«удовлетворительно»* выставляется студенту, если он обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Студент испытывает некоторые трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.

Оценка *«неудовлетворительно»* выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине. При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания теоретического материала или допущен ряд существенных ошибок, которые студент не может исправить при наводящих вопросах экзаменатора, затрудняется в ответах на вопросы. Студент подменил научное обоснование проблем рассуждением бытового плана. Ответ носит поверхностный характер; наблюдаются неточности в использовании научной терминологии.