

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 17.08.2026 11:57:38

Уникальный программный ключ:

04c19ed8bfb9815bbcb77a48bb9a8788b8522323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

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

Факультет журналистики

Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 22	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Эталонный медиадискурс

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

**Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах
деятельности**

бакалавр

Форма обучения

очная

Челябинск 2026 г.

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Эталонный медиадискурс

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности

бакалавр

Форма обучения

очная

Челябинск 2026 г.

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе

утверждено 27.02.26

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 19.02.2026

Председатель Ученого совета

факультета журналистики

согласовано

Б. Н. Киршин

Заседанием кафедры теории медиа

Протокол заседания № 9 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

Е.Ю. Панова

Автор (составитель)

П.И. Гостева

Структура фондов оценочных средств соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27 сентября 2022 №573-1



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 22

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе _____ утверждено **00.02.2026** А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 19.02.2026

Председатель Ученого совета

факультета журналистики

согласовано

Б.Н. Киршин

Заседанием кафедры теории медиа

Протокол заседания № 9 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

Е.Ю. Панова

Автор (составитель)

В.В. Антропова

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г. № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет журналистики Кафедра теории медиа			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 3 из 22	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень формируемых компетенций
 - 2.1. Компетенции, закрепленные за дисциплиной
3. Содержание оценочных средств по дисциплине
 - 3.1. Виды оценочных средств
 - 3.2. Содержание оценочных средств
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации
 - 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации
 - 4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств
 - 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 22

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *42.04.01 Реклама и связи с общественностью*

Направленность (профиль) *Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности*

Дисциплина: *Эталонный медиадискурс*

Семестр (семестры) изучения: *1,2*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет, экзамен*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «*Эталонный медиадискурс*» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<i>Знать:</i> Для достижения УК-4.1.: Знать о правилах и принципах деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) Для достижения УК-4.2.: Знать правила деловой коммуникации в устной и письменной формах, правила использования методов и навыков делового общения Для достижения УК-4.3.: Знать принципы делового общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) <i>Уметь:</i> Для достижения УК-4.1.: Уметь использовать правила и принципы деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) Для достижения УК-4.2.: Уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, использовать методы и навыки делового общения



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 22

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Для достижения УК-4.3.: Уметь общаться на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) <i>Владеть:</i> Для достижения УК-4.1.: Владеть устной и письменной коммуникацией на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) Для достижения УК-4.2.: Владеть навыками коммуникации в устной и письменной формах и навыками делового общения Для достижения УК-4.3.: Владеть навыками делового общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
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	<i>Знать:</i> Для достижения ОПК-1.1.: Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Для достижения ОПК-1.2.: Знать основные принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем <i>Уметь:</i> Для достижения ОПК-1.1.: Уметь определять в деятельности отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Для достижения ОПК-1.2.: Уметь применять принципы подготовки журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем <i>Владеть:</i> Для достижения ОПК-1.1.: Владеть опытом



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 22

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		различия особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Для достижения ОПК-1.2.: Владеть алгоритмом подготовки журналистских текстов и (или) продуктов
--	--	---

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые разделы/темы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Раздел 1. Правильность письменной речи рекламиста: орфография и пунктуация Раздел 2. Лексические и фразеологические нормы русского языка. Лексический и фразеологический состав медиатекстов разных жанров. Культура устной речи рекламиста (орфоэпия)	Вопросы для устного опроса Творческое задание	Тест (1, 2 семестры) Контрольная работа (2 семестр)



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 22

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Раздел 3. Словообразование и стилистические ресурсы словообразования в медиадискурсе. Морфология, морфологические нормы и стилистическое использование форм частей речи в медиатекстах Раздел 4. Синтаксическая организация медиатекстов. Стилистический и коммуникативный синтаксис		
2	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	Раздел 1. Правильность письменной речи рекламиста: орфография и пунктуация Раздел 2. Лексические и фразеологические нормы русского языка. Лексический и фразеологический состав медиатекстов разных жанров. Культура устной речи рекламиста (орфоэпия) Раздел 3. Словообразование и стилистические ресурсы	Вопросы для устного опроса Вопросы для письменного опроса	Тест (1, 2 семестры) Контрольная работа (2 семестр)



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 22

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

словообразования в
медиадискурсе.
Морфология,
морфологические
нормы и
стилистическое
использование форм
частей речи в
медиатекстах

Раздел 4.
Синтаксическая
организация
медиатекстов.
Стилистический и
коммуникативный
синтаксис

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

1 семестр. База тестовых вопросов (полужирным шрифтом – верные варианты)

A1. В каком ряду во всех словах пропущены чередующиеся гласные корня?

- 1) з...рница, приг...рь, утв...рь
- 2) м...кать, ш...ссе, прик...сновение
- 3) обл...жить, Р...стислав, сл...весный
- 4) у...звить, об...яние, об...няние

A2. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется буква Е?

- 1) ст...нд, кашн..., пенсн...
- 2) м...р, д...нди, р...квием,
- 3) ди...та, поли...фир, про...кт
- 4) ало..., ду...ль, дж...мпер

A3. В каком ряду во всех словах пишется удвоенная согласная?

- 1) мас_он, пьес_а
- 2) грам_отный, эл_егия



3) грам_атика, кот_едж

4) бел_етристика, пуд_инг

A4. В каком ряду во всех словах на месте пропуска необходимо вставить согласную?

1) сума_шествие, по_черк

2) вес_ник, безопас_ный

3) бесхитрос_ный, рес_ницы

4) безучас_ный, прои_шествие

A5. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется Ъ?

1) двух_актный, двух_ядерный

2) пред_юбилейный, пред_утренний

3) транс_европейский, ад_ютант

4) с_ездить, с_экономить

A6. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется Ь?

1) отреж...те, замуж...

2) намаж...те, проч...

3) мяч..., лис...ими

4) вороб...иными, врач...

A7. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется И?

1) пр...беречь, пр...оритет, пр...тендент

2) пр...урочить, пр...усадебный, пр...вратник

3) пр...высить, пр...вращение, пр...падать

4) пр...бегнуть к помощи, пр...дворный, пр...возносить

A8. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется Ы?

1) без...тоговый, пред...юньский

2) меж...нститутский, об...грать

3) пост...нфарктный, пред...стория

4) трех...мпульсный, под...скать

A9. В каком ряду во всех словах на месте пропуска пишется Ъ?

1) ц...клоп, ц...нга

2) ц...ган, перц...

3) бледнолиц...й, акац...я

4) с улиц..., ц...ркуль

A10. В каком ряду в обоих словах на месте пропуска необходимо вставить букву С?

1) немец_кий, кавказ_кий

2) ткац_кий, матрос_кий

3) черкес_кий, абхаз_кий



4) белорус_кий, дерз_кий

A11. В каком варианте во всех случаях пишется -Н-?

1) жаре...ая на масле рыба; наши време...ики; невид...ый успех

2) много раз лече...ый зуб; гаше...ая известь; бесприда...ица

3) картошка испече...а; златокова...ый ларец; назва...ый брат

4) трудности време...ы; масле...ый варе...ик; свяще...ый долг

A12. В каком ряду в обоих словах на месте пропуска пишется И?

1) гон...т, кол...шь

2) брос...шь, завис...шь

3) усво...т, стел...шь

4) жажд...т, колебл...т

A13. В каком ряду НЕ пишется раздельно в обоих случаях?

1) пришел, (не)смотря на занятость; вовсе (не)интересный

2) пол (не)покрашен; (не)выдуманная история

3) (не)поужинав; (не)выполненная работа

4) (не)выполненная в срок работа; (не)тихо, а громко

A14. В каком ряду ставится дефис во всех словах?

1) грамм(калория), скажи(ка), (физико)математический

2) думать (по)иному, (дизель)мотор, (серо)глазый

3) (пресс)секретарь, бабочка(капустница), (восточно)европейский

4) стоп(кран), (мало)обеспеченный, (полу)круг

A15. В каком предложении оба выделенных слова пишутся слитно?

1) (ПО)ЭТОМУ пути давно не ездили, (ОТ)ТОГО дорога поросла густой травой.

2) Мой друг ТАК(ЖЕ), как и я, долго выбирал, ЧТО(БЫ) ему почитать.

3) Пришлось отказаться (ОТ)ТОГО, что было задумано, так как деньги (НА)СЧЁТ не поступили.

4) ЧТО(БЫ) изучить поведение этих животных, биологам пришлось долго наблюдать за ними, ЗА(ТО) результаты наблюдений оказались весьма интересными.

B1. В каком предложении на месте пропуска тире не ставится?

1) *Различение на вкус двадцати видов маслин _ такое проявление культуры, как определение на слух сорока одной симфонии Моцарта.*

2) *Веласкес прославил шумный и пышный блестящий Мадрид, Эль Греко _ таинственный Толедо.*

3) Байрон _ есть, вероятно, первая суперзвезда современного типа.



4) *Первое, что я увидел, попав на центральную площадь Мадрида, – знаменитый «Музей ветчины».*

В2. В каком варианте ответа правильно указаны все цифры, на месте которых в предложении должны стоять запятые?

Эпоха (1) начавшаяся (2) после открытий Галилео Галилея (3) и завершившаяся работами Исаака Ньютона (4) обозначила новый этап в развитии науки и техники.

- 1) 1 2) 2,4 3) 1,3 4) 1,4

В3. В каком варианте ответа правильно указаны все цифры, на месте которых в предложении должны стоять запятые?

Нередко (1) проходя мимо антикварной лавки или ломбарда (2) и задерживаясь перед витриной (3) я смотрел на эти безнадежно устаревшие вещицы (4) с грустной улыбкой.

- 1) 1, 2,3 2) 1,3 3) 1,2,3,4 4) 2,3,4

В4. В каком предложении допущена пунктуационная ошибка при выделении однородных членов предложения?

1) ***Неслыханные виды транспорта и связи: телевидение, реактивные самолеты, факс, мобильный телефон внесли ужасающий хаос в географию.***

2) *Грусть сквозила и на медленно темневшем небе, и в вагоне.*

3) *Если бы в этот момент кто-то бросился на нее с ножом, или оскорбил Петра Дмитрича, или отнял бы у нее деньги, то она не сказала бы ни одного слова.*

4) *Вино хранилось здесь в бочках, и в пыльных бутылках, и в огромных резервуарах, напоминавших башни средней величины.*

В5. В каком предложении допущена пунктуационная ошибка при выделении приложения?

1) *Современник Бодлера, он был человеком новой эпохи.*

2) ***Типично испанские блюда тортилья и паэлья представляют собой что-то вроде нашего омлета с картошкой и плова.***

3) *У этого писателя, боксера и крикетиста, постоянны отсылки к спорту, к охоте.*

4) *Гондолы – эти лимузины Венеции – скользят мимо, не задевая тебя ни в буквальном, ни в переносном смысле.*

В6. Укажите правильное объяснение постановки запятой или её отсутствия в предложении:

Самба – самый легкомысленный, самый расслабляющий танец в мире () и нельзя не притоптывать, не прихлопывать, не подпевать.



1) Простое предложение с однородными членами, перед союзом И запятая не нужна.

2) Сложносочинённое предложение, перед союзом И запятая не нужна.

3) Сложносочинённое предложение, перед союзом И нужна запятая.

4) Простое предложение с однородными членами, перед союзом И нужна запятая.

В7. Как объяснить постановку двоеточия в данном предложении?

После долгих споров было принято твёрдое решение: будущее лето целиком посвятим путешествию по Владимирской земле.

1) Обобщающее слово стоит перед однородными членами предложения.

2) Вторая часть бессоюзного сложного предложения указывает на следствие того, о чём говорится в первой части.

3) Вторая часть бессоюзного сложного предложения указывает на причину того, о чём говорится в первой части.

4) Вторая часть бессоюзного сложного предложения поясняет, раскрывает содержание того, о чём говорится в первой части.

В8. В каком предложении на месте пропусков не ставятся запятые (запятая)?

1) *Похоже _ именно жизнь под фресками сформировала речевой этикет мексиканцев.*

2) *Был он _ к слову сказать _ человек застенчивый.*

3) *В Мексике термин «революционный» высказывает на каждом шагу _ как бы _ сам собой.*

4) *У молодого человека было лицо не испитое, а _ напротив _ умное, молодое, свежее.*

В9. В каком предложении на месте пропусков не ставятся запятые (запятая)?

1) *Слова _ как и люди _ имеют свою судьбу.*

2) *Арабское слово «кахва» было заимствовано англичанами и голландцами и позднее в измененной форме пришло к нам _ как «кофе».*

3) *Это мне _ как туристу _ нужны кастаньеты и бандерильи, а испанцы просто живут в этом культурном пространстве.*

4) *Кармен _ как и Ромео с Джульеттой _ вписалась в поток современной испанской жизни.*

В10. В каком предложении допущена пунктуационная ошибка?



1) Он чувствовал, что с Верой ускользнула от него часть молодости и что минуты, которые он так бесплодно пережил, не повторятся.

2) **Ольга Михайловна рассудила, что, если она поспешит спрятаться в беседке, то ее не заметят и пройдут мимо.**

3) В погоне за насекомыми форели поднимались из глубины и, чтобы схватить мошек, выпрыгивали из воды.

4) Она вспомнила, как он весною собирался купить себе гончих и как она, находя забаву жестокою и опасною, помешала ему сделать это.

С1. В каком слове неверно выделена буква, обозначающая ударный гласный звук?

- 1) мозаИчный
- 2) **вероисповедАние**
- 3) дОсуха
- 4) зАняли
- 5) одолжИт

С2. В каком слове неверно выделена буква, обозначающая ударный гласный звук? Выпишите это слово.

- 1) Отрочество
- 2) поднЯв
- 3) **плодонОсить**
- 4) новостЕй
- 5) опОшлить

С3. В каком слове неверно выделена буква, обозначающая ударный гласный звук?

- 1) еретИк
- 2) жалюзИ
- 3) **кралАсь**
- 4) исчЕрпать
- 5) бралА

С4. В каком слове неверно выделена буква, обозначающая ударный гласный звук?

- 1) понялА
- 2) **принудИть**
- 3) зАгода
- 4) приручЁнный
- 5) каталОг



С5. В каком слове неверно выделена буква, обозначающая ударный гласный звук?

- 1) завИдно
- 2) свЁкла
- 3) сверлИт
- 4) **закупОрив**
- 5) столЯр

С6. В каком слове неверно выделена буква, обозначающая ударный гласный звук?

- 1) нЕдруг
- 2) **свЕрлишь**
- 3) освЕдомиться
- 4) стАтуя
- 5) добелА

С7. В каком слове неверно выделена буква, обозначающая ударный гласный звук?

- 1) насорИт
- 2) донЕльзя
- 3) кремнЯ
- 4) столЯр
- 5) **Оптовый**

С8. В каком слове неверно выделена буква, обозначающая ударный гласный звук? 1) оклЕить

- 2) бАнты
- 3) **мОлящий**
- 4) зАгодя
- 5) щемИт

С9. В каком слове неверно выделена буква, обозначающая ударный гласный звук?

- 1) сорИт
- 2) некролОг
- 3) повторЁнный
- 4) **кОрмащий**
- 5) закУпорив

С10. В одном из приведённых ниже слов допущена ошибка в постановке ударения: **неверно** выделена буква, обозначающая ударный гласный звук.

- 1) положИла



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 22

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

2) кичИться

3) двоЮродный

4) средства

5) началсЯ

С11. В словах какого ряда слова произносятся только с [чн]?

1) нечто, войлочный, молочный, табачный

2) булочная, копеечная, порядочный, гречневый

3) скворечник, пустячный, потому что, чтобы

С12. В каком ряду все слова произносятся с [’э]?

1) зев, истекший, опека, оседлый

2) принесший, острие, щелка, свекла

3) платежеспособный, отекий, запечатленный, даренный

С13. В каком ряду во всех словах согласные перед [э] произносятся твердо?

1) террорист, шинель, юриспруденция, Одесса

2) шатен, партер, реле, тест

3) декада, леди, пресса, прерия

С14. Назовите ряд слов с ошибками:

1) индивидуум, интриган, инцидент, нюанс

2) индивидум, интригант, инцидент, нюанс

3) прецедент, поскользнуться, алюминий, аллегория

2 семестр. База тестовых вопросов

Укажите пример с ошибкой в образовании формы слова:

A1. 1) лягте (на пол)

2) их работа

3) горячие супы

4) шестистами учениками

A2. 1) любимые профессора

2) наиболее решительнее

3) в двухстах метрах

4) на их территории

A3. **1) больше шестиста рублей**

2) нет мест

3) проиграв вступление

4) в двух метрах

A4. 1) несколько ножниц

2) умелые повара



Версия документа - 1	стр. 16 из 22	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	---------------	------------------------	---------------

3) двое подружек

4) в полутора часах

A5. 1) несколько яблок

2) лежит на шкафе

3) до тысяча восемьсот двенадцатого года

4) богатейший выбор

A6. **1) пара туфлей**

2) выправь текст

3) несколько полотенец

4) старые профессора

A7. 1) мокла под дождём

2) косвенных падежов

3) чудеснейшим образом

4) здоровые дёсны

A8. **1) ихние письма**

2) в обеих руках

3) до тысяча девятьсот пятого года

4) уважаемые директора

A9. 1) дешевле

2) об аэропорте

3) по их указанию

4) едь побыстрее

A10. 1) шестьюстами учебниками

2) поезжай вперёд

3) спелых абрикос

4) жёстче дерева

A11. 1) много облаков

2) хорошо проповедоват

3) обгрызенные ногти

4) с двумястами бойцами

A12. 1) поезжай

2) свыше четырёх тысяч метров

3) несколько яблок

4) прочитая книгу

A13. 1) к две тысячи пятому году

2) жгёт костер

3) пачка макарон

4) фильм интереснее



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 17 из 22

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

A14. 1) молодые бухгалтеры

2) ихней работой

3) в течение тридцати пяти минут

4) дамских туфель

A15. **1) читав рассказ**

2) менее значительный

3) в две тысячи пятом году

4) поезжай домой

A16. 1) в две тысячи двадцать втором году

2) старые пропуска

3) совсем озяб

4) несколько джинс

A17. **1) не пророняя (слов)**

2) в боку

3) знаменитые профессора

4) красивейший

A18. **1) с пятидесятью рублями**

2) оденьтесь теплее

3) высохла

4) спелых абрикосов

A19. **1) более глубочайший**

2) лягте на пол

3) шофёры

4) в трехстах метрах

A20. 1) лажу по крышам

2) часовые пояса

3) с семьястами метрами

4) разожгёт костёр

Контрольная работа.



Прочтите предложенный рекламный текст и выполните следующие задания / ответьте на вопросы:

- 1) определите жанр данного текста и обоснуйте свой ответ;
- 2) найдите слова, которые используются в переносном значении;
- 3) найдите слова, которые имеют коннотативный элемент в своей лексической структуре;
- 4) установите зависимость употребления оценочной лексики и вида рекламируемого товара (услуги);
- 5) какую коммуникативную функцию в тексте выполняет многозначная лексика, оценочная лексика, стилистически маркированная лексика?
- 6) какую коммуникативную функцию в тексте выполняют словообразовательные средства?
- 7) какую коммуникативную функцию в тексте выполняют синтаксические средства?

Ощутите магию драгоценностей

Однажды юная девушка получила подарок от любимого человека — изящное кольцо с небольшим алмазом. Она была очарована красотой украшения, но вскоре поняла, что оно стало гораздо большим, чем просто аксессуар. Каждый раз, глядя на него, она вспоминала мгновение счастья, нежность взгляда возлюбленного и тепло его рук. Это кольцо стало её талисманом, символом глубокой связи двух сердец, переживших испытания временем и расстоянием.

Каждое украшение нашего магазина «Брильянс» тоже хранит свою уникальную историю. Мастера вкладывают душу в создание каждого изделия, наполняя его любовью и вдохновением. Кольца, ожерелья, браслеты и серьги становятся частью вашей личной истории, сохраняя самые яркие моменты вашей жизни.

Мы предлагаем изящные кольца, рассказывающие о ваших чувствах и мечтах, невероятные серьги, подчёркивающие вашу утончённость и элегантность, ожерелья и кулоны, хранящие ваши воспоминания и мечты. Каждый предмет коллекции становится личным посланием вам самим, напоминающим о тех особенных моментах, которые делают жизнь насыщенной и прекрасной. Доверяйте своим чувствам и выбирайте лучшие украшения, способные рассказать миру о вашем внутреннем свете и неповторимости.



Откройте для себя новую главу своей истории вместе с нами! Посетите наш магазин «Брильянс» или сделайте заказ онлайн и подарите себе и близким уникальные украшения, наполненные глубокими эмоциями и памятью о прекрасных событиях. Наслаждайтесь каждой минутой, зная, что ваша красота украшена лучшими материалами и высоким искусством наших мастеров!

Ответы:

1) художественно-публицистический жанр рекламы, рекламная зарисовка, на что указывает история в начале текста, художественно-изобразительные средства языка: *изящное кольцо, мгновения счастья, тепло рук вздыбленного, каждое украшение хранит историю, невероятные серьги, утонченность вкуса, хранить воспоминания и мечты, открыть новую главу, магия драгоценностей* и др.;

2) *украшение хранит историю, вкладывать душу, серьги подчеркивают, коллекция – послание, украшения способны рассказать миру, наполнен эмоциями;*

3) *очарована красотой, два сердца, пережившие испытания, вкладывать душу, наполнить вдохновением;*

4) поскольку рекламируются магазин ювелирных изделий, то выбирается соответствующая лексика: используется положительно окрашенная лексика, лексика высокого стиля;

5) многозначная лексика, оценочная лексика, стилистически маркированная лексика помогает охарактеризовать рекламируемый товар с выгодной стороны, подчеркнуть его эксклюзивность и уникальность, убедить в необходимости покупки;

6) словообразовательные и синтаксические средства являются языковым средством создания экспрессии и эмоциональности.

Задание творческого типа. Написать эссе «Что такое эталонный рекламный текст?»

Пример эссе

Что такое эталонный рекламный текст?

Реклама окружает нас повсюду: на улицах городов, в интернете, телевидении и в повседневной речи. Однако далеко не каждый рекламный текст способен привлечь внимание целевой аудитории и вызвать желание приобрести товар или услугу. Эталонный рекламный текст отличается четкостью, ясностью и убедительностью. Рассмотрим подробнее, какими качествами он обладает.



1. Ясность и лаконичность. Хороший рекламный текст легко воспринимается читателями. Излишняя сложность и запутанность приводят к потере интереса потенциального клиента. Краткость позволяет сконцентрироваться на главном сообщении, которое должно быть понятно каждому человеку вне зависимости от уровня образования и социального статуса. Например, рекламный слоган McDonald's «I'm lovin' it!» («Вот что я люблю») мгновенно запоминается благодаря своей простоте и эмоциональному отклику.

2. Уникальность и оригинальность. Эффективный рекламный текст выделяется среди конкурентов. Использование стандартных шаблонов и клише снижает интерес потребителей. Важно создать уникальное предложение, которое подчеркнет преимущества товара или услуги перед аналогичными продуктами. Компания Apple известна своими минималистическими и элегантными рекламными кампаниями, которые привлекают внимание именно благодаря своему уникальному стилю подачи информации.

3. Целевая направленность. Рекламный текст должен быть ориентирован на определенную аудиторию. Понимание потребностей и предпочтений потенциальных клиентов помогает создавать эффективные рекламные кампании. Чем точнее сегментирована аудитория, тем эффективнее работает реклама. Nike использует стратегию целевого маркетинга, предлагая разные продукты и рекламные кампании для спортсменов разного уровня подготовки и возрастных групп.

4. Доверие и надежность. Важно, чтобы рекламный текст вызывал доверие у читателей. Чрезмерное преувеличение достоинств продукта может привести к обратному эффекту. Лучше всего работают конкретные факты и цифры, подкрепленные отзывами реальных пользователей. Например, компании часто используют отзывы знаменитостей или лидеров мнений, чтобы повысить уровень доверия к продукту.

5. Креативность и эмоциональность. Использование креативных решений и эмоций позволяет сделать рекламу запоминающейся. Яркий образ или неожиданный поворот сюжета привлекает внимание и заставляет задуматься о покупке. Рекламные ролики Coca-Cola, к примеру, часто вызывают положительные эмоции, ассоциируя бренд с праздниками и семейными традициями.

Итак, создание эталонного рекламного текста требует глубокого понимания психологии потребителя, знания рынка и творческого подхода. Только сочетание всех вышеперечисленных характеристик позволит

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет журналистики Кафедра теории медиа			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 21 из 22	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

достичь максимального эффекта от рекламной кампании и увеличить продажи. Хорошая реклама должна быть простой, уникальной, целевой, надежной и эмоциональной.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет в 1 семестре и экзамен во 2 семестре проводятся в присутствии преподавателя и предполагают в 1 семестре решение тестовых вопросов (максимум 60 баллов), во 2 семестре - решение текстовых вопросов (максимум 30 баллов) и выполнение контрольной работы (максимум 30 баллов). Итоговая оценка выставляется по балльной системе. Суммируются баллы, полученные за текущие работы, домашние работы, за активную работу на занятиях (максимум 40 баллов) и баллы, полученные на зачете /экзамене (60 баллов максимум).

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

Максимальный балл, который является суммой баллов за текущие работы, домашние работы, активную работу на занятиях (40) и баллов, полученных на зачете /экзамене (60), - 100 баллов.

Оценка	Отлично/ зачтено	Хорошо/ зачтено	Удовлетворитель/ но/зачтено	Неудовлетворительно/ не зачтено
Баллы	100-86 баллов	85-66 баллов	65-51 балл	50-0 баллов
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	средний	базовый	недостаточный

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

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

- 0-49 баллов - неудовлетворительно (2);
- 50-69 баллов - удовлетворительно (3);



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Эталонный медиадискурс» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности (профиля) «Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 22 из 22

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

70-90 баллов - хорошо (4);

91-100 баллов - отлично (5).

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

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

- предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: формируются навыки составления информационных обзоров по национальной орфографической и пунктуационной практике, навыки систематизации данных, необходимых для решения орфографических задач;
- студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию об орфографических новациях, формулировать собственные выводы.

2. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:

- предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируется комплексное знание особенностей применения и понимания орфографических и пунктуационных правил, умение сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения орфографических и пунктуационных задач;
- студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

3. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно:

- предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных понятий русской орфографии и пунктуации;
- студент способен отвечать на вопросы в форме закрытого теста. Количество правильных ответов – не менее 50%.

4. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.