

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.08.2026 11:33:52
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77e4486b9a8788b8322523



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ			
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа 1	стр. 1 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)**

ОП.06 Русский язык и культура речи

**Специальность
42.02.01 Реклама**

**Направленность программы
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий**

**Присваиваемая квалификация
Специалист по рекламе**

**Форма обучения
очная**

Год набора 2026

Челябинск, 2026 г.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 2 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

42.02.01 Реклама

**фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине
ОП.06 Русский язык и культура речи, 2026 год набора, очная форма обучения:**

Утверждена:

Проректор по учебной работе

подпись

А.А. Саламатов

И.О. Фамилия

Протокол заседания от « 23 » апреля 2026 г. № 5

Председатель Педагогического совета

Колледжа ЧелГУ

подпись

М.В. Найн

И.О. Фамилия

Составитель

С.А. Осипенко

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 09.07.2024г. № 327-1 «Об утверждении шаблонов документов».

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 3 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Оглавление

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	4
2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	4
2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной.....	4
3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	7
3.1 Виды оценочных средств.....	7
3.2 Содержание оценочных средств.....	13
3.3 Ключи и критерии к оцениванию задания.....	22
4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	25

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 4 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Специальность: 42.02.01 Реклама

Дисциплина: ОП.06 Русский язык и культура речи

Очная форма обучения

Семестр (семестры) изучения: 3 семестр

Форма промежуточной аттестации: экзамен

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «ОП.06 Русский язык и культура речи» направлено на формирование следующих компетенций:

Код компетенции согласно ФГОС (ОПОП СПО)	Содержание компетенций согласно ФГОС (ОПОП СПО)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения: организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 5 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		профессиональной направленности
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Практический опыт: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Практический опыт: - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектв объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы. Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

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

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 26

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. Знания: - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	--

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 7 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

Код, наименование компетенции согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Контролируемые темы/разделы (номер и название раздела из РПД п.2.2)	Семестр	Номер задания	Наименование оценочного средства
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности	Раздел 3. Функциональные стили литературного языка Раздел 6. Морфемика. Словообразование	3	1, 6, 15, 18, 23	Тестовые вопросы закрытого типа
	Умения: организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	Раздел 9. Риторика – наука об ораторском искусстве	3	26, 27	Тестовые вопросы открытого типа
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений	Раздел 1. Язык и речь Раздел 2. Текст и его структура Раздел 3. Функциональные стили литературного языка	3	2, 8, 12, 19, 24	Тестовые вопросы закрытого типа
	Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	Раздел 4. Лексика и лексикология. Фразеология Раздел 5. Фонетика и орфоэпия Раздел 6. Морфемика. Словообразование Тема 7. Орфография. Морфология Раздел 8. Синтаксис. Основные синтаксические единицы: словосочетание,	3	28, 29	Тестовые вопросы открытого типа

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 8 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		предложение. Раздел 9. Риторика – наука об ораторском искусстве			
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	Раздел 3. Функциональные стили литературного языка Раздел 4. Лексика и лексикология. Фразеология Раздел 5. Фонетика и орфоэпия Раздел 6. Морфемика. Словообразование Тема 7. Орфография. Морфология Раздел 8. Синтаксис. Основные синтаксические	3	3, 11, 16, 20, 25	Тестовые вопросы закрытого типа
	Умения: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	единицы: словосочетание, предложение. Раздел 9. Риторика – наука об ораторском искусстве	3	30,31	Тестовые вопросы открытого типа

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 9 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

ПК 3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.	Раздел 1. Язык и речь Раздел 2. Текст и его структура Раздел 3. Функциональные стили литературного языка Раздел 4. Лексика и лексикология. Фразеология Раздел 5. Фонетика и орфоэпия Раздел 6. Морфемика. Словообразование Тема 7. Орфография. Морфология	3	4, 7, 10, 13, 21	Тестовые вопросы закрытого типа
	Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной	Раздел 8. Синтаксис. Основные синтаксические единицы: словосочетание, предложение. Раздел 9. Риторика – наука об ораторском искусстве	3	32,33	Тестовые вопросы открытого типа

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 10 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК.				
	Практический опыт: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет.				
ПК 4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации и в сети Интернет	Знания: - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента;	Раздел 1. Язык и речь Раздел 2. Текст и его структура Раздел 3. Функциональные стили литературного языка Раздел 4. Лексика и лексикология. Фразеология Раздел 5. Фонетика и орфоэпия Раздел 6. Морфемика. Словообразование Тема 7. Орфография. Морфология Раздел 8. Синтаксис. Основные синтаксические единицы: словосочетание, предложение.	3	5, 9, 14, 17, 22	Тестовые вопросы закрытого типа

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 11 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.	Раздел 9. Риторика – наука об ораторском искусстве			
	Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на				
			3	34, 35	Тестовые вопросы открытого типа

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 12 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать				
--	---	--	--	--	--

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 13 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.				
	Практический опыт: - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.				
		3	38, 39	Ситуационные задачи	

3.2 Содержание оценочных средств.

Часть 1. База тестовых вопросов закрытого типа

1. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Как можно перевести «под одромъ»?

1. Под деревом

2. Задаром

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 14 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3. По порядку
4. Под кроватью

2. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Какой стиль речи чаще всего используется при составлении официальных документов?

1. публицистический
2. художественный
3. официально-деловой
4. разговорный

3. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Продолжите предложение. Выберите наиболее важную характеристику выразительности чтения

1. использование при чтении вслух интонационных средств для передачи смысла читаемого
2. понимание фактического содержания прочитанного
3. темп чтения, который обеспечивает наилучшее понимание читаемого
4. умение передавать смысл читаемого

4. Прочитайте задание, расставьте по порядку этапы коммуникации

1. установление контакта
2. обсуждение вопроса
3. проблемы ориентация в ситуации (люди, обстоятельства и т. д.)
4. выход из контакта
5. принятие решения

Запишите этапы порядке следования (цифры слева направо)

--	--	--	--	--

5. Прочитайте текст и установите соответствие между пунктуационными правилами и предложениями, которые служат примерами правил:

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите одну соответствующую позицию из правого столбца:

Пунктуационные правила	Предложения, которые служат примерами правил
А. Запятыми выделяются вводные предложения и вводные слова	1. Ответ очень прост: я старался, но у меня ничего не вышло.
Б. Если слова автора следуют за прямой речью, то между словами автора и прямой речью ставится тире	2. А как же – воскликнул он, словно речь шла о самых простых, азбучных истинах
В. Двоеточие ставится в бессоюзном сложном предложении, так как вторая часть включает в	3. Значит, они и баобабы тоже едят?

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 15 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Пунктуационные правила	Предложения, которые служат примерами правил
себе разъяснение или раскрытие содержание того, о чем говорится в первом предложении	

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В

6. Прочитайте задание, установите правильную последовательность слов по следующему порядку – глагол, причастие, деепричастие, числительное, имя прилагательное:

1. Уснувший
2. Писать
3. Второй
4. Читая
5. Дедушкин

Запишите этапы порядке следования (цифры слева направо)

--	--	--	--	--

7. Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите функциональный стиль с его сферой употребления и основной целью

Функциональный стиль	Сфера употребления и цель
А) Научный стиль	1) Агитационно-массовая деятельность, СМИ. Цель — воздействовать на мысли и чувства через призыв.
Б) Официально-деловой стиль	2) Художественное творчество. Цель — воздействие на мысли и чувства с помощью созданных образов.
В) Публицистический стиль	3) Научная деятельность. Цель — передача и сообщение научной информации.
Г) Художественный стиль	4) Общение граждан с учреждениями и учреждений между собой. Цель — сообщение и передача официально-деловой информации

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 16 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

8. *Прочитайте текст и установите соответствие*

Соотнесите рекламный слоган с функциональным стилем, к которому тяготеет его языковая основа

Рекламный слоган / фрагмент	Преобладающий стиль
А) «Ураган. Лопнувшая труба. ... Существует очень много кошмаров.» (реклама страховой компании)	1) Научный стиль
Б) «Пришёл, увидел и купил одежду в магазине "Фил"!»	2) Разговорный стиль
В) «Программируй успех — поступай в Политех!»	3) Публицистический стиль
Г) «Двигатель 1,6. Кондиционер. Гидроусилитель...»	4) Официально-деловой стиль

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

9. *Прочитайте задание, расположите этапы работы рекламного специалиста, требующие смены функционального стиля речи, в логической последовательности (от начала работы над проектом к его завершению).*

1. Составление коммерческого предложения для клиента
2. Разработка рекламного слогана для билборда
3. Формулировка креативной концепции внутри команды
4. Подготовка аналитического отчёта по эффективности кампании для руководства

Запишите этапы порядке следования (цифры слева направо)

--	--	--	--

10. *Прочитайте задание, расположите этапы трансформации одного информационного сообщения о новом продукте для разных функциональных стилей в правильной последовательности с точки зрения маркетинговой коммуникации.*

1. Адаптация для потребительской аудитории

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 17 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

2. Создание пресс-релиза для СМИ
3. Разработка технического описания для дистрибьюторов
4. Составление юридической документации (договор, лицензия)

Запишите этапы порядке следования (цифры слева направо)

--	--	--	--

11. Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите лексическое явление с его определением и примером в рекламной коммуникации

Лексическое явление	Определение и пример в рекламной практике
А) Омонимы	1) Слова одной части речи, близкие по лексическому значению. Пример: «Качественный» и «добротный» в описании товара
Б) Синонимы	2) Слова одной части речи, противоположные по лексическому значению. Пример: «Быстрый / медленный» интернет в рекламе провайдера
В) Антонимы	3) Слова, одинаковые по звучанию и написанию, но совершенно разные по значению. Пример: «замок (дверной)» и «замок (крепость)» в нейминге
Г) Паронимы	4) Слова, сходные по звучанию, но разные по значению. Пример: «экономия» и «экономика» в рекламе финансовых услуг

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

12. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Какой из вариантов является правильным с точки зрения орфоэпии?

1. звонИт
2. звОнит
3. звонитЕ

13. Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите фразеологический оборот с его значением и стилистической окраской

Фразеологизм	Значение и стилистическая характеристика
А) «Пальчики оближешь»	1. Высокое одобрение, восторг; разговорный стиль. Используется в рекламе продуктов питания
Б) «Кот наплакал»	2. Очень мало; разговорный, ироничный стиль. Используется в рекламе скидок и распродаж для создания контраста

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 18 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

В) «Типун тебе на язык»	3. Неодобрительное пожелание (чтобы сказанное не сбылось); разговорный стиль. Используется в рекламе как языковая игра.
Г) «Не в коня корм»	4. Нельзя изменить, устоявшееся; разговорный стиль. Используется в рекламе косметики

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г

14. Прочитайте задание, расположите этапы морфемного (разбора слова по составу) в правильной последовательности при работе над рекламным названием бренда.

1. Выделение окончания
2. Выделение основы
3. Нахождение суффикса
4. Поиск корня
5. Поиск приставки (если есть)

Запишите этапы порядке следования (цифры слева направо)

--	--	--	--	--

15. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Что такое культура речи?

1. совокупность норм, правил и стилей речи
2. манера поведения в обществе
3. произношение звуков

16. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Какое выражение является фразеологизмом?

1. быть на высоте
2. спать долго
3. говорить четко

17. Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите морфемный состав слова с примером из рекламного нейминга

Слово / основа	Морфемная структура
А) Водопад	1. Приставка + корень + суффикс + окончание
Б) Промоакция	2. Два корня + соединительная гласная + нулевое окончание
В) Перезагрузка	3. Корень + суффикс + окончание
Г) Весна (существительное)	4. Приставка + корень + суффикс + окончание

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 19 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Д) Подснежник	5. Корень + окончание
---------------	-----------------------

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами

А	Б	В	Г	Д

18. Прочитайте текст и установите последовательность

Расположите этапы фонетического (звуко-буквенного) разбора слова в правильной последовательности.

1. Слоговое деление
2. Звукобуквенный анализ
3. Запись транскрипции
4. Постановка ударения
5. Подсчёт количества букв и звуков

Запишите шаги в хронологическом порядке следования (цифры слева направо)

--	--	--	--	--

19. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Какой из принципов относится к речевой этике?

1. Вежливость
2. Логичность
3. Грамматичность

20. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Какое слово произнесено правильно?

1. КатАлог
2. КатаЛОг
3. КаталогИ

21. Прочитайте текст и установите последовательность

Расположите этапы подготовки ораторского выступления перед клиентом в правильной последовательности

1. Разработка композиции выступления
2. Сбор информации об аудитории
3. Отбор и расположение аргументов
4. Определение цели выступления
5. Речевая подготовка

Запишите этапы в хронологическом порядке следования (цифры слева направо)

--	--	--	--	--

22. Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите риторический приём с его характеристикой и примером в рекламной речи

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 20 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Риторический приём	Характеристика и пример в рекламном тексте
А) Антитеза	1. Намеренное использование однокоренных слов для усиления выразительности. Пример: «Служба сервиса служит вам»
Б) Градация	2. Противопоставление, резкий контраст понятий. Пример: «Маленькая цена — большое удовольствие»
В) Параллелизм	3. Последовательное усиление или ослабление признаков. Пример: «Дёшево, доступно, бесплатно!»
Г) Плеоназм	4. Одинаковое синтаксическое построение предложений.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами

А	Б	В	Г

23. Прочитайте текст и установите соответствие

Соотнесите вид предложения по цели высказывания с его характеристикой и примером в рекламе

Вид предложения по цели высказывания	Характеристика и пример в рекламной практике
А) Повествовательное	1) Побуждение к действию, призыв совершить покупку. Пример: «Приходите и покупайте!»
Б) Вопросительное	2) Утверждение, информирование о свойствах товара. Пример: «Вафельный торт дарит наслаждение» .
В) Побудительное	3) Вопрос, риторический или прямой, вызывающий размышление. Пример: «Вы ещё не пробовали нашу новинку?»
Г) Риторический вопрос	4) Вопрос, не требующий ответа, создающий эмоциональный настрой. Пример: «Кто не мечтает об идеальной коже?»

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами

А	Б	В	Г

24. Прочитайте задание, расположите этапы создания убедительного рекламного предложения в правильной логической последовательности с точки зрения синтаксиса и риторики.

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 21 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. Выбор грамматической структуры
2. Применение риторических приёмов
3. Формулировка ключевого сообщения
4. Отбор лексических средств
5. Редактирование и проверка

Запишите этапы в хронологическом порядке следования (цифры слева направо)

--	--	--	--	--

25. Прочитайте задание, выберите правильный ответ

Ответьте на вопрос. Какое предложение является простым?

1. Когда он пришел, мы уже закончили работу
2. Мы закончили работу
3. Мы закончили работу, и он пришел

Часть 2. База тестовых вопросов открытого типа

26. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

_____ это коммуникативное качество, характеризующее соотношение речи и мышления: соответствие общего логического строения текста замыслу автора

27. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

_____ это способность речи наиболее полно соотноситься с теми объектами, явлениями действительности или понятиями, для обозначения которых она используется

28. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

_____ это форма речи, связанная с выражением и восприятием мыслей в графической форме. Она отображается в виде букв и других знаков.

29. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

_____ это функциональная разновидность письменной или устной речи, которая принята в СМИ и касается политики, экономики, культуры, спорта, образования и других социальных областей высказываний в звуковой форме (говoreние).

30. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

_____ - форма речевой деятельности, включающая понимание звучащей речи и осуществление речевых высказываний в звуковой форме (говoreние).

31. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

Слова, сходные по звучанию, но различающиеся по значению, называются _____.
 Например: экономия и экономика, представить и предоставить.

32. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

В зависимости от цели высказывания предложения делятся на повествовательные, вопросительные и _____. В рекламной практике побудительные предложения часто используются для создания прямого призыва к действию: «Позвоните прямо сейчас!», «Купите билеты!»

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 22 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

33. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

_____ — это раздел языкознания, изучающий правила литературного произношения. Знание этих правил необходимо рекламисту для грамотного озвучивания рекламных роликов и устных презентаций. Например, правильно произносить: *творОг* (не *твО-рог*), *звонИт* (не *звОнит*)

34. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

_____ — это раздел языкознания, изучающий морфемы (приставки, корни, суффиксы, окончания) и способы образования новых слов. В рекламе этот раздел помогает создавать запоминающиеся неологизмы и бренды, например: «Вкусняшка», «Полезняшка», «Турбо-зарядка»

35. Прочитайте задание и вставьте пропущенный термин

_____ — это риторическая фигура, основанная на намеренном повторении однокоренных слов в пределах одного высказывания. Например, в рекламном слогане «Служба сервиса служит вам» используется этот приём, чтобы привлечь внимание и усилить запоминаемость сообщения.

Часть 3. Ситуационные задачи

36. Прочитайте задание и запишите ответ

Вы — копирайтер рекламного агентства. Клиент — сеть фитнес-клубов — просит подготовить текст для промо страницы на сайте. В черновике есть фраза:

«Посетив наш клуб, вы сможете предоставить своему телу идеальную нагрузку и экономить время на дорогу, так как клубы находятся рядом с домом».

Менеджер клиента засомневался в правильности использования выделенных слов.

Вопрос:

Правильно ли употреблены слова *предоставить* и *экономить* в данном контексте? Если нет, предложите правильные варианты замены.

37. Прочитайте задание и запишите ответ

В рекламном буклете для туристического агентства допущена ошибка:

«Мы гарантируем о безопасности вашего отдыха».

Менеджер просит вас исправить текст, чтобы он звучал грамотно и не вызывал сомнений у клиентов.

Вопрос:

Как правильно перестроить фразу, сохранив её смысл?

38. Прочитайте задание и запишите ответ

Вы готовите сценарий для озвучивания телевизионного рекламного ролика йогурта. В тексте диктор должен произнести следующую фразу:

«Наслаждайтесь нежным вкусом с творогом и свежими ягодами».

Режиссёр записи предлагает два варианта ударения в слове *творог* — *твОрог* или *творОг*. Вам нужно выбрать литературный вариант, чтобы избежать критики и насмешек со стороны зрителей.

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 23 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Вопрос:
Какой вариант ударения является литературной нормой в современном русском языке?

39. Прочитайте задание и запишите ответ

Вы готовите устную презентацию для клиента — производителя элитной мебели. Вам нужно убедить его инвестировать в масштабную рекламную кампанию. Проект бюджета — крупный, и клиент сомневается.

У вас есть черновик ключевой фразы:

«Мы сделаем рекламу, она будет эффективной, потому что она основана на аналитике, и она принесёт вам много прибыли».

Клиент — образованный человек с хорошим вкусом. Он требует, чтобы речь была грамотной, энергичной и стилистически безупречной.

Вопрос: Перестройте фразу, используя риторические приёмы (антитезу, параллелизм), чтобы она звучала убедительно.

3.3 Ключи и критерии к оцениванию задания

№ задания	Верный ответ	Критерии
1	4	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
2	3	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
3	1	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
4	1 3 2 5 4	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
5	321	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
6	21435	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
7	3412	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
8	1234	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
9	3124	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
10	3421	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 24 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

11	2314	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
12	1	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
13	1234	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
14	12453	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
15	1	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
16	1	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
17	31254	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
18	31425	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
19	1	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
20	1	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
21	42135	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
22	2341	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
23	3124	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
24	43125	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
25	2	Верный ответ – 3 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
26	Логичность речи	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
27	Точность речи	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
28	Письменная речь	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
29	Публицистический текст	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 25 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

		0 баллов
30	Устная речь	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
31	Паронимы	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
32	Побудительные	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
33	Орфоэпия	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
34	Морфемика	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
35	Плеоназм	Верный ответ – 5 балла; Неверный ответ или его отсутствие - 0 баллов
36	Нет, правильное будет : Посетив наш клуб, вы сможете обеспечить своему телу идеальную нагрузку и экономить время на дорогу, так как клубы находятся рядом с домом	Верный ответ – 20 баллов; 1 фактическая ошибка – 15 баллов 2 фактические ошибки – 10 баллов более 2 фактических ошибок или ответ отсутствует - 0 баллов
37	Мы гарантируем безопасность вашего отдыха	Верный ответ – 20 баллов; 1 фактическая ошибка – 15 баллов 2 фактические ошибки – 10 баллов более 2 фактических ошибок или ответ отсутствует - 0 баллов
38	В современном русском языке оба варианта ударения в слове творог (твОрог и творОг) являются допустимыми	Верный ответ – 20 баллов; 1 фактическая ошибка – 15 баллов 2 фактические ошибки – 10 баллов более 2 фактических ошибок или ответ отсутствует - 0 баллов
39	Не просто реклама, а аналитически выверенная стратегия. Не затраты, а инвестиции в ваш рост. Не риск, а гарантия прибыли	Верный ответ – 20 баллов; 1 фактическая ошибка – 15 баллов 2 фактические ошибки – 10 баллов более 2 фактических ошибок или ответ отсутствует - 0 баллов

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется по пятибалльной системе оценивания

Экзамен, зачет, зачет с оценкой и пр. состоит из двух частей:

1 часть – студент решает 20 тестовых вопросов закрытого типа, выбранных случайным образом. Продолжительность – 30 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 60 баллов

2 часть – студент решает 4 тестовых вопросов открытого типа, выбранных случайным образом. Продолжительность – 30 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 20 баллов

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи 42.02.01 Реклама, ФГБОУ ВО «ЧелГУ»		
Версия документа - 1	стр. 26 из 26	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

3 часть – студент решает ситуационную задачу. Всего 1 тестовых вопроса, выбранных случайным образом. Продолжительность – 60 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 20 баллов

Всего заданий – 25.

Максимальный балл – 100 баллов:

0-49 баллов - неудовлетворительно (оценка 2) (не зачтено);

50-69 баллов - удовлетворительно (оценка 3) (зачтено);

70-90 баллов - хорошо (оценка 4) (зачтено);

91-100 баллов - отлично (оценка 5) (зачтено).

Общее время выполнения работы – 2 ак.ч.

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