

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Рукович Александр Владимирович

Должность: И.о. директора

Дата подписания: 21.04.2026 12:19:09

Уникальный программный ключ:

184c95f9790455a36аса7764514а37047857с37

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.К. АММОСОВА»

Технический институт (филиал) ФГАОУ ВО «СВФУ» в г. Нерюнгри

Кафедра экономических, гуманитарных и общеобразовательных дисциплин

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.ДВ.04.02 Прикладная филология

для программы бакалавриата

по направлению подготовки

45.03.01 Филология

Направленность (профиль) программы: Отечественная филология (Русский язык и литература)

Форма обучения: очная

УТВЕРЖДЕНО на заседании кафедры ЭГиОД

«07» апреля 2026 г., протокол №_7_____

заведующий кафедрой ЭГиОД

_____ Т.А. Ахмедов

« 07 » апреля 2026 г.

СОГЛАСОВАНО:

Эксперт:

Игонина С.В., ст. преподаватель кафедры ЭГиОД, ТИ (ф) СВФУ
Ф.И.О., должность, организация, подпись

СОСТАВИТЕЛЬ:

Чаунина Н.В., доцент каф. ЭГиОД, ТИ (ф) СВФУ

Паспорт фонда оценочных средств
по дисциплине (модулю)
Б1.В.ДВ.04.02 Прикладная филология

№	Контролируемые разделы (темы)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Требования к уровню усвоения компетенции	Наименование оценочного средства
1	Модуль 1. Текст как предмет работы редактора	Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном языке РФ в научной, деловой, публичной сферах общения - УК-4.3 Владеет теоретическими основами профильных дисциплин – ПК-1.4	Знать: основные понятия культуры речи, риторики, функциональной стилистики; языковые нормы, стилистическую дифференциацию государственного языка РФ, основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации; - условия эффективности устной и письменной речевой коммуникации. - основные принципы литературного редактирования текстов. Уметь: использовать необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ, вести устную и письменную деловую коммуникацию, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ, - выбирать стратегию и тактики общения, адекватные коммуникативной ситуации и - корректировать свое поведение в соответствии с речевой ситуацией профессионального	Практические занятия, реферат
2	Модуль 2. Введение в теорию и практику PR			
3	Модуль 3. Продающие тексты			

			общения и коммуникативным намерением; - -уметь создавать и редактировать тексты разных стилей. Владеть методиками и практическими навыками: составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами, навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах); базовыми навыками оформления текстов разных стилей, корректуры, редакторской правки текстов различных стилей, в том числе рекламных и PR-текстов	
--	--	--	---	--

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Технический институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова»
в г. Нерюнгри
Кафедра ЭГиОД**

**Критерии оценки работы на практических занятиях
по дисциплине (модулю)
Б1.В.ДВ.04.02 Прикладная филология**

Критерии оценки работы на практических занятиях: владение теоретическими положениями по теме; умение систематизировать теоретический и практический материал, сопоставлять различные точки зрения и определять свое отношение к ним, приводить примеры. Кроме того, приветствуется дополнение уже прозвучавших на занятии ответов.

Максимальный балл, который студент может набрать на практическом занятии, - 5 баллов.

10 б. – дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком с использованием современной литературоведческой терминологии. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа. В практическом задании может быть допущена 1 фактическая ошибка.

8 б. – дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием современной терминологии. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя. В практическом задании могут быть допущены 2-3 фактические ошибки.

6 б. – дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. В практическом задании могут быть допущены 4-5 фактических ошибок.

0 б. – ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими вопросами занятия. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная, терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента. В практическом задании допущено более 5 фактических ошибок. При отказе от ответа или полном его отсутствии также ставится «0».

Типовые задания для практических работ:

1. Сделай обзор источников по литературному редактированию.

2. Речевые ошибки в тексте (научный, официально-деловой, публицистический).
3. Сформулируйте основную мысль рекламного текста.
4. Определите наиболее эффективный печатный рекламоноситель и разработайте оригинал-макет печатной рекламы.
5. Напишите заметку на тему «Как я делал рекламу».

Тематика докладов:

1. Имидж политика: анализ современной практики.
2. Туристический имидж Якутии.
3. Коммуникации и PR-поддержка российского политического субъекта (партии).
4. Репутация компании и ее корпоративная культура.
5. Особенности PR в государственных органах власти.
6. Особенности PR в коммерческом секторе.
7. Особенности PR субъектов социокультурной сферы.
8. Пресс-кит в PR-коммуникации
9. Реклама как манипулятивный процесс коммуникации между производителем и потребителем
10. Информационно-психологическое воздействия в СМИ и PR-технологиях
11. Искажение информации как средство манипуляции в PR технологиях

План подготовки публичного выступления:

1. Составить план публичного выступления:
 - определите мотивацию слушания людьми вашего выступления (для чего это им нужно? Что полезного или интересного они узнают для себя?);
 - выделите главную идею вашей речи;
 - разделите вашу идею на несколько составных частей;
 - определите ключевые слова, которые вы повторите несколько раз, чтобы присутствующие лучше запомнили, о чем вы им рассказываете;
 - продумайте план и структуру будущей речи (введение, основная часть и выводы).
2. Заполнить содержанием план выступления:
 - подготовьте необходимые схемы, иллюстрации, графики для зрительного закрепления информации;
 - определите момент в ходе выступления, когда вы обратитесь к аудитории с каким-то вопросом, с просьбой что-то назвать, пересчитать — это поможет присутствующим сконцентрировать свое внимание на обсуждении темы и значительно повысит эффективность восприятия вашего материала;
 - напишите полный текст (особо уделите внимание его началу и окончанию).

Особенностью введения является то, что аудитория по нему очень быстро составит впечатление о вас, и это впечатление будет доминировать на протяжении всего выступления. Если во вступительной части допустить ошибки, их тяжело будет исправить. Важно с самого начала заинтересовать публику. Для этого во вступительной части можно использовать какую-либо остроумную шутку, рассказать интересный факт или вспомнить выдающееся историческое событие, обязательно связывая их с темой выступления. Заключительная часть публичного выступления предусматривает подведение итогов. В окончании нужно напомнить ключевые проблемы, затронутые в речи, обязательно повторить все основные идеи.

Структура устного выступления:

Вступление. Цель: демонстрация значения темы, ее важности для слушателей:

- 1-2 примера по теме выступления из жизни (рекламы, связей с общественностью, менеджмента и т. д.), свидетельствующие о наличии проблемы, требующей анализа в выступлении;

Заключение:

- какие теоретические выводы вытекают из всего сказанного?
- какие практические выводы можно сделать?
- каковы конкретные задачи слушателей в результате этих выводов?

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Технический институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова»
в г. Нерюнгри**

Кафедра ЭГиОД

**Реферат
по дисциплине (модулю)
Б1.В.ДВ.04.02 Прикладная филология**

Примерные темы:

1. Правовые основы литературного редактирования.
2. Способы верификации фактического материала.
3. Задачи редактора рекламного текста.
4. Работа над композицией рекламного и PR-текста.
5. Практика применения неологизмов в рекламных текстах.
6. Научность и псевдонаучность рекламных текстов.
7. Манипулятивные технологии рекламных и PR-текстов.
8. Креативная значимость архаизмов в рекламных и PR-текстах.
9. Цели использования диалектизмов в PR-текстах.
10. Омонимия как одно из эффективных средств создания рекламного
11. каламбура.
12. Функциональная стилизация как выразительный рекламный прием.
13. Значение заголовка в рекламном и PR-тексте.
14. Средства экспрессивного синтаксиса в современной рекламе.
15. Популярные стилистические приемы современной рекламы.
16. Изобразительный текст и способы его совершенствования.

Критерии оценки реферата (25 баллов):

• 25 баллов – содержание реферата соответствует заявленной теме, тема полностью раскрыта; соблюдена логичность и последовательность в изложении материала, выдержан научный стиль; в тексте нет ошибок; оформление реферата соответствует предъявляемым требованиям.

• 20 баллов – работа выполнена на довольно высоком уровне, допущены незначительные ошибки, нарушающие логику повествования, имеются незначительные стилистические погрешности (смещение стиля);

• 10 баллов – в работе имеются небольшие логические и стилистические ошибки, нарушающие целостность текста, тема в основном раскрыта; в тексте присутствуют 2-4 ошибки; оформление реферата выполнено с нарушениями;

• 6 баллов - в работе имеются логические и стилистические ошибки, нарушающие целостность текста, тема раскрыта на половину или поверхностно; в тексте присутствуют 5-7 ошибок; оформление реферата выполнено с нарушениями;

• 0-3 балла – в работе нарушена логика повествования, что затрудняет понимание мысли автора; присутствуют значительные стилистические и речевые ошибки; тема не раскрыта; в тексте присутствуют 8-10 ошибок; оформление реферата не соответствует требованиям.

Реферат представляется в обозначенные сроки в распечатанном виде на бумаге формата А4 (поля: верхнее и нижнее – 20 мм, левое – 25 мм, правое – 15 мм). Стиль основного текста: шрифт – Times New Roman, размер шрифта -14, межстрочный интервал – 1,5, текст оформляется по ширине листа.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Реферат – это краткое изложение в письменном виде или в форме публичного доклада содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Реферирование является одним из видов научной работы.

При подготовке реферата следует обратить внимание на следующие моменты:

В тексте реферата должны быть представлены различные точки зрения на рассматриваемую проблему.

Для изложения ключевых научных концепций необходимо использовать первоисточники

При раскрытии темы необходимо особое внимание обращать на аргументированность той или иной точки зрения

Этапы подготовки реферата:

I этап - подготовительный:

Выбор или формулирование темы реферата.

Из доступных источников (библиотечный каталог, интернет, периодическая печать) составляется обзор литературы по теме. Главная цель – составить представление о степени освещённости рассматриваемой проблемы в литературе.

Анализ библиографии с целью выявления наиболее значимых и авторитетных научных трудов. Для получения доступа к необходимой литературе следует тщательно проработать библиотечные каталоги, электронные библиотечные ресурсы, ресурсы сети интернет. В случае невозможности нахождения необходимой литературы следует обратиться к межбиблиотечному абонементу.

II этап – аналитический:

Аналитическое чтение 3-6 выбранных для работы книг.

Внимательное по главам или параграфам чтение текста.

Выявление в тексте главы ключевых идей и аргументов. Составление конспекта.

Внимательное прочтение текста с целью выявления упущенных нюансов авторской позиции.

Сравнение различных взглядов на рассматриваемую проблему с опорой на подготовленные ранее конспекты.

На основе полученных результатов составляется первичный план реферата.

Репродуктивный. Оформление итогового текста реферата.

Проработка итоговой структуры реферата.

Разделы реферата:

Введение

Основная часть

Заключение

Список литературы

Оформление библиографического списка в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-2003.

III Окончательное оформление реферата. Подготовка титульного листа и содержания, нумерация страниц (титульный лист и содержание не нумеруется).