

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
Колледж**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

учебной дисциплины

ОП.06 РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама
(базовая подготовка)

Москва 2024

Одобрена предметной (цикловой)
комиссией по специальности:
Реклама

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности средне-
го профессионального образования
42.02.01 Реклама

Протокол №6
от «12» января 2024 г.

Председатель предметной (цикловой)
комиссии



/ Баруздин А. А.

Заместитель директора по
учебно-методической работе



/ Козловская О. В.

Составитель (автор): Федулова М. А., преподаватель АНО ВО «Российский
новый университет» колледж

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
учебной дисциплины
ОП.06 «Русский язык и культура речи»**

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	ПК, ОК	Наименование раз- дела и/или темы	Уровень освоения темы	Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	2	3	4	5	6
<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе; - участвовать в диалогах на общие и профессиональные темы; - строить высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - использовать приёмы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приёмы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - писать оригинальные и 	<p>ОК 05 ОК 09 ПК 2.2 ПК 3.2 ПК 4.3</p>	<p>Раздел 1. Язык и речь.</p> <p>Русский язык и русская речь.</p> <p>Раздел 2. Текст.</p> <p>Текст и его структура.</p> <p>Раздел 3. Функциональная стилистика.</p> <p>Функциональные стили речи.</p> <p>Раздел 4. Лексика и фразеология.</p> <p>Лексика и фразеология.</p> <p>Раздел 5. Орфоэпия.</p> <p>Фонетика и орфоэпия.</p> <p>Раздел 6. Словообразование.</p> <p>Морфемика и словообразование.</p> <p>Раздел 7. Морфология.</p>	<p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> - составление опорного конспекта; - составление опорной тематической схемы или таблицы; - фронтальный устный опрос; - терминологический диктант; - орфоэпический минимум; - коммуникативный практикум; - монологические выступления; - рубежный контроль; - практические работы №№1-17. 	<p>- дифференцированный зачёт.</p>

<p>качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить идеи и предложения для усиления (языкового) воздействия рекламной кампании на целевую аудиторию; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов и построения устных сообщений; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности (актуального нормативного) произношения; - правила чтения (построения) текстов профессиональной направленности; - отраслевую терминологию; - структуру брифа (рекламного текста) и требования к нему; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защите проектов. 		<p>Морфология и орфография.</p> <p>Раздел 8. Синтаксис.</p> <p>Синтаксис и пунктуация.</p> <p>Раздел 9. Риторика.</p> <p>Риторика и ораторское искусство.</p>			
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

Критерии оценочных средств практических работ

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
- ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания; - допустившим не более 1 ошибки или выполнившим правильно от 61% до 100% работы;	5	отлично
- ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем; - допустившим от 2 до 4 ошибок или выполнившим правильно от 36% до 60% работы;	4	хорошо
- ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеющим обосновывать свои суждения; - допустившим от 5 до 8 ошибок или выполнившим правильно от 16% до 35% работы;	3	удовлетворительно
- ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не способным применять знания для решения практических задач или отказавшимся отвечать; - допустившим более 8 ошибок или выполнившим правильно менее 15% работы.	2	неудовлетворительно

1. Язык и речь.

Практическая работа №1. Типы языковых норм.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить функции и основные единицы языка, понятие языковой нормы и её типы, вариативность норм.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Заполните таблицу, перечислив известные вам языковые нормы и приведя пример реализации каждой из них.

Вид языковой нормы	Вариативность (+/-)	Пример

Задание 2

Расставьте известные вам языковые нормы по степени их подвижности от самой неподвижной до самой гибкой. (*Важно! Вариативность нормы ≠ её подвижность*).

Задание 3

Какая языковая норма, на ваш взгляд, в большей степени влияет на формирование речевого портрета специалиста? Обоснуйте свой ответ.

Практическая работа №2. 10 речевых заповедей специалиста по рекламе.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить качества хорошей речи, сформировать речевой портрет специалиста по рекламе.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Сформулируйте 10 принципов, которыми должен руководствоваться в своей речи специалист по рекламе. *(Важно! Под речью понимаются как устные и письменные коммуникативные акты с коллегами и клиентами, так и процесс создание медиапродукта).*

Задание 2

Отметьте звёздочкой (*) принципы, характерные только для специалистов рекламной сферы.

2. Текст.

Практическая работа №3. Текст и его характеристики.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основные признаки текста и его типы, исследовать структуру текста.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Ознакомьтесь с фрагментом текста рекламного буклета. Определите его тип. Озаглавьте его. *(Важно! Возможно использование как рационального, так и эмоционального заголовка).*

Задание 2

Определите тему. Озаглавьте микротемы (абзацы). Сформулируйте главную мысль. Выпишите ключевые слова.

Задание 3

Объясните локации текстового выделения и принцип нелинейного размещения текста на странице.

ИЗ ПОКОЛЕНИЯ В ПОКОЛЕНИЕ

Процедура «Кислородная реконструкция» стала возможной благодаря разработкам советских учёных-химиков в 1970-х годах. Именно они открыли перфторированные углероды, способные доставлять кислород в глубокие слои кожи и волос.

ПРИРОДА И НАУКА
ОБЪЕДИНИЛИСЬ,
ЧТОБЫ
ОБЕСПЕЧИТЬ
НАИЛУЧШИЙ
РЕЗУЛЬТАТ
И НАДЕЛИТЬ
ВОЛОСЫ
ЖИВИТЕЛЬНОЙ
СИЛОЙ.
МЫ НАЗВАЛИ ЭТО
«КИСЛОРОДНОЙ
РЕКОНСТРУКЦИЕЙ»

Источник энергии для всех внутренних процессов. Бесценный ресурс для клеток. То, что позволяет нам думать, чувствовать и действовать. Кислород.

Вы наверняка замечали, что происходит с организмом после нескольких часов, проведённых на свежем воздухе. Возвращаются силы, улучшается цвет лица, в глазах появляется живой блеск, а в душе устанавливается гармония. То же самое чувствуют наши волосы, когда их насыщают молекулы O₂.

Попадая в структуру волоса, кислород восстанавливает дисульфидные связи, отвечающие за прочность, плотность, эластичность, гладкость, блеск и другие характеристики здоровых волос.

Практическая работа №4. Практикум по конструированию рекламного текста.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: получить навыки базового конструирования рекламного текста с учётом его структурно-смысловых признаков, научиться создавать текст заданного объёма.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и

	иностранных языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Составьте рекламный текст по заданным параметрам:

- объем ~ 2000 знаков;
- тип – описание;
- «интрига» в заголовочном комплексе (*разрешается слоган*);
- три микротемы (с обязательным абзачным членением);
- от пяти до семи ключевых слов;
- использование любых известных вам тропов и фигур речи.

Задание 2

Нарисуйте схему размещения текста на странице буклета или в блоке рекламного модуля на сайте.

3. Функциональная стилистика.

Практическая работа №5. Документы: заявление, служебная и объяснительная записки, расписка.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить шаблоны основных производственных документов, получить навыки их корректного оформления.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Используя утверждённую форму документа, напишите заявление о приёме на работу.

Задание 2

Используя утверждённую форму документа, напишите служебную записку о необходимости рабочей командировки. *(Важно! Служебная и объяснительная записки, помимо шаблонных элементов, подразумевают изложение текста в свободной форме).*

Задание 3

Используя утверждённую форму документа, напишите расписку о получении продукции для проведения промоакции.

Практическая работа №6. Публицистический текст: заметка.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить структуру и особенности публицистического стиля речи и условия проникновения в него иных функциональных стилей, получить навыки создания интернет-текста.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Составьте публицистический текст по заданным параметрам:

- объем ~ 2000 знаков;
- тип – на ваш выбор;
- тема – запуск нового продукта *(на ваш выбор)*;

- наличие всех основных структурных элементов текста;
- интеграция в текст не менее двух иных функциональных стилей.

Задание 2

Заполните таблицу, объяснив роль каждого иностилевого элемента в вашем публицистическом тексте.

Элемент ФС	Цель

4. Лексика и фразеология.

Практическая работа №7. Лексические нормы современного текста.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить лексические нормы современной русской речи и изобразительно-выразительные возможности лексики.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Приведите два примера слов с прямым и переносным значением. Составьте предложения, иллюстрирующие их различия. (Пример: нести. Человек несёт коробку – прямое. Река несёт свои воды – переносное).

Задание 2

Укажите однозначность/многозначность слов.

Автобус, носик, канал, треугольник, коса, линия, чемодан, игла, воздух, конспект, чистота, хлопья, карта, торт, фигура, цитата, заповедник, звонить, белый, блюдо.

Задание 3

Подберите синонимы к тем словам, у которых они есть. *(Важно! Если слово многозначное, выберите синоним к каждому его значению).*

Холодный, богатство, Москва, дом, красивый, говорить, фиктивный, дефект, точный, ключ, топор, женщина, жара, поле, палатка, гипотенуза, двое, тайна.

Задание 4

Подберите антонимы к тем словам, у которых они есть. *(Важно! Если слово многозначное, выберите антоним к каждому его значению. Помните о контекстуальных антонимах).*

Жёлтый, море, крик, большой, действовать, цапля, школа, отличник, отец, тридцать, девушка, лето, тихий, тяжёлый, двойной, обед, вверх, мелко

Задание 5

Распределите слова в две колонки: исконно-русские и заимствованные. *(Важно! Помните о правиле неполногласия).*

Город, самбо, пленный, аквариум, стража, компьютер, платок, зонтик, благо, гимназия, балдахин, приквел, младенец, клад, форвард, голос, река, макияж.

Практическая работа №8. Фразеологизмы в рекламных слоганах.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить законы фразеологии, типы фразеологизмов, источники крылатых слов, их отличие от фразеологизмов и образительно-выразительные возможности фразеологии в рекламе.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Найдите три примера использования фразеологизмов или крылатых слов в рекламных слоганах. В скобках укажите рекламируемый бренд/продукт. Определите значение, тип фразеологизма и источник крылатых слов.

Задание 2

Придумайте пять слоганов с использованием фразеологизмов или крылатых слов. В скобках укажите рекламируемый продукт, значение фразеологизма или крылатых слов, тип/источник.

5. Орфоэпия.

Практическая работа №9. Орфоэпический минимум специалиста по рекламе.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить актуальные орфоэпические и акцентологические нормы современной русской речи, получить навыки правильной постановки ударения в «трудных» словах и словах с подвижным ударением.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Расставьте ударения в приведённых словах. *(Важно! Если ударение вариативно, отметьте оба ударных слога).*

асимметрия,	менеджмент,	пиала,	костюмированный,
мизерный,	маркетинг,	ветеринария,	мастерски,
жалюзи,	ходатайство,	красивее,	некролог,
звонит,	оптовый,	иконопись,	умерший,
договор,	сливовый,	искра,	откупорить,
диспансер,	туфля,	средства,	принудить,

обеспечение, балованный, исчерпать, щавель, грушевый, творог, свёкла, торты,	аэропорты, дремота, банты, шкафы, созыв, пурпур, сосредоточение, столяр,	квартал, забронировать, газопровод, бижутерия, гербовый, девичий, вероисповедание, знамение,	феномен, каталог, согнутый, осуждённый, ненецкий, подростковый, украинский, экспертный.
---------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Задание 2

В перечне выше отметьте знаком «+» слова, которые могут чаще других употребляться в вашей профессиональной деятельности, знаком «-» те, которые употребляются редко.

Задание 3

Перепишите, исправляя ошибки там, где это необходимо.

беспрецедентный, грейпфрут, будущий, следующий, юристконсульт, интригант, флюорография, эскалация,	поскользнуться, дуршлаг, пироженое, затёкший, никчемный, новорождённый, инцидент,	прецедент, компентентный, полувер, константировать, сумасшедший, скрупулезный, подчерк.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

Практическая работа №10. Приёмы звуковой выразительности в рекламном тексте.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить фонетические средства речевой выразительности, особенности фонетики рекламного текста.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для

продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Заполните таблицу, приведя примеры фонетических средств речевой выразительности.

ФСРВ	Пример
Аллитерация	
Ассонанс	
Звукоподражание	

Задание 2

Найдите три примера использования средств фонетики (*аллитерации, ассонанс, созвучия и рифма, ритм, звукоподражание, звуковая игра, дикционные нюансы*) в рекламных целях. (*Важно! Лучше, если это будет аудио- или аудиовизуальный рекламный контент*). В скобках укажите рекламируемый бренд/продукт и используемое фонетическое средство.

6. Словообразование.

Практическая работа №11. Структура словообразовательного гнезда.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить состав слова и способы словообразования, получить навыки работы с морфемами.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Создайте словообразовательное гнездо для корней *-род-* или *-ход-* на выбор.

Задание 2

Выделите морфемы в словах.

Землетрясение, деревообрабатывающий, сногшибательно, непроизносимый, переподготовить, летоисчисление, сумасшедший, кинотеатр, сжалиться, чрезмерный

Практическая работа №12. Неологизмы в рекламе.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить механизмы построения морфемной структуры новых слов, получить навык использования возможностей игрового словообразования в рекламных целях.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Найдите три примера использования неологизмов в рекламных целях.

В скобках укажите рекламируемый бренд/продукт. Произведите морфемный разбор неологизмов. Заполните таблицу, определив какое значение имеет каждая морфема в нем.

Слово _____		
Вид морфемы	Морфема	Значение
Приставка 1, 2		
Корень		
Суффикс 1, 2		
Окончание		
...		

Задание 2

Придумайте пять неологизмов, объясните их значение и проведите морфемный разбор. Укажите, в рекламе какого продукта/бренда они могут использоваться.

7. Морфология.

Практическая работа №13. Орфография имён собственных (названия брендов, топонимы).

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить связь морфологии с принципами русской орфографии, запомнить основные закономерности правописания орфограмм в именах собственных.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Перепишите, раскрывая скобки.

Семья (Мария Мицкевич), роман (Эмиль Золя), рассказы (Георгий Гуля), писать (Габриэль Г\гарсиа Маркес), читать (Эрих М/мария Ремарк), закон (Бойль ()Мариотт), пакт (Молотов()Риббентроп), герои (Александр Дюма()сын), скульптура (Василий Демут-Малиновский), песни (Василий Лебедев-Кумач), лекции (Дмитрий Иванов-Снежко), сообщить (Николай Носач), новелла о (Робин Гуд), персонажи (Жюль Верн), фильмы (Акира Куросава), с философом (Григорий Сковорода), детективы (Артур Конан()Дойл\), сказки (Карел Чапек), с (Чарли Чаплин), с (Всеволод Чаплин)

Задание 2

Постройте верную форму топонима.

Город на (Москва-река), сплав по реке (Енисей), в городе (Видное), под городом (Пушкино), на озере (Светлое), над городом (Великий У/устюг), поезд в (Старый О/оскол), в городе (Дзержинский), 12-й квартал (Выхино), дача

в (Переделкино), вернулся из (Ликино)Д/дулево), улицы (Рошаль), ранен под/подо (Ржев), туристы из (Белгород)Днестровск), фото из (Осака), ехать в (в Сантьяго-де-Куба), живу в (Чебоксары), гулять в (Энмор)П/парк), сувенир из (Гусь)Х/хрустальный), лететь в/во (Франкфурт)Н/на)М/майне)

Задание 3

Расставьте прописные буквы, тире/дефис и кавычки там, где это необходимо.

S/samsung, Т/тинькоф, телеканал ТНТ, молоко Д/домик В/в Д\деревне, парфюм Ш/шанель, С/сбер, банк Т\точка, компания ESTEL, агентство РИА()Н/новости, туфли Р/prada, магазин 1000 М/мелочей, пойти во В/вкусно()И/и Т/точка, шоколад М/milka, шампунь Ш/шаума, издательство ОЛМА() П/пресс, пароход Федор Шаляпин, завод И/им. У/ухтомского, напиток С/соса()С/cola, стакан К/кока()К/колы, опубликовать в Т/телеграм/мм/е

Практическая работа №14. Числительные и единицы измерения в профессиональной деятельности.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить принципы русской орфографии, запомнить основные нормы правописания имён числительных и единиц измерения.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Просклоняйте числительные
40 слов, 954 книги, полтора килограмма, трое ребят, 3/4 часа, 735-я ро-
та

Задание 2

Корректно представьте показатели в виде чисел, символов, наращений, применяя сокращение единиц измерения. *(Важно! Отметьте необходимые пробелы нижним подчёркиванием).*

Миллион рублей, одиннадцать квадратных метров, пятьдесят километров в час, два центнера, пятьсот тонн, пятнадцать процентов, пять киловатт-часов, угол девяносто градусов, середина восьмидесятых годов, двадцать третья глава, параграф номер восемь, параграфы номер четыре и пять, дома номер пять и шесть, страница номер тридцать, дом номер двенадцать а

Задание 3

Правильно оформите интервалы, используя числа и сокращения. *(Важно! Отметьте необходимые пробелы нижним подчёркиванием).*

От минус десяти до минус пяти градусов Цельсия, высота двадцать / тридцать тысяч метров, доски длиной пять, десять и пятнадцать метров, с тысяча девятьсот сорок первого по тысяча девятьсот сорок пятый годы, на парковке поместятся три()пять машин

8. Синтаксис.

Практическая работа №15. Виды пунктуационного оформления рекламного текста.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить принципы постановки знаков препинания и выразительные средства русской пунктуации в рекламном тексте.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Расставьте необходимые знаки препинания в рекламном тексте.

ПЕРВОЕ ШОУ О ПАРИКМАХЕРАХ НА ТНТ

В 2023 году на ТНТ вышло новое реалити шоу БЬЮТИ БАТТЛ. Впервые в истории на телеэкранах страны репрезентovali профессию парикмахера. Зрителям показали реальных мастеров как они работают чем вдохновляются и на что готовы пойти ради победы. На что же На максимальную отдачу и проявление лучших качеств упорства эмпатии трудолюбия. Впрочем они делают это каждый день на своей работе в салоне красоты на конкурсах парикмахерского мастерства на модных бэкстейджах. Всегда и везде.

Шоу стало вызовом для участников. Софиты и микрофоны жёсткий тайминг и непростые задания вот что ждало героев программы. В сжатые сроки они перевоплощали своих моделей в мультипликационных персонажей создавали образы киногероинь и в буквальном смысле работали со связанными руками. Придумывать приходилось быстро а действовать молниеносно. Только профессионалы смелые креативные и находчивые могли справиться с испытаниями подготовленными сценаристами шоу.

В программе приняли участие 16 мастеров из разных уголков России как из шумных мегаполисов так и из небольших тихих городов. География участников действительно впечатляла разнообразием Красноярск Волгоград Ковров Петрозаводск Афицкий Воронеж Починок Калининград Ухта Сочи Вятские поляны Коломна Санкт Петербург. Не только города были разными сами

участники тоже. У каждого свой опыт ориентиры понимание стиля темперамент цели но их объединяло одно любовь к профессии. А там где есть любовь нет места вражде. Здоровая конкуренция на шоу быстро переросла во взаимопомощь. То как стремительно сплотились парикмахеры на проекте поразило съёмочную группу. Участники болели друг за друга поддерживали помогли во время выполнения заданий и сильно переживали когда кто то покидал проект. А за победителя радовались как за себя.

Да в шоу был всего один победитель но каждый участник по своему победил. Прошёл кастинг проявил себя и помог зрителям лучше понять кто они парикмахеры К кому мы приходим в печали и в радости С кем мы можем обсудить всё на свете Кто помогает нам обрести индивидуальность и начать улыбаться отражению

Так кто же они парикмахеры Они победители но речь уже не про ТВ шоу. Мастера преодолевают человеческие комплексы предрассудки и стереотипы даря людям возможность нравиться самим себе и чувствовать себя превосходно. Они укрощают природу меняют цвет волос форму структуру. Они выигрывают даже у времени чтобы мы их клиенты выглядели молодо и свежо.

Результат БЬЮТИ БАТТЛА новая победа парикмахеров.

40

Практическая работа №16. Редакционная правка рекламного текста.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить основные виды редакционных правок, получить навыки редактирования рекламных текстов.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Выполните редактирование рекламного текста. *(Важно! Обратите внимание на абзацное деление текста).*

ПРОИЗВОДСТВО

110 000 000 продуктов в год. Не меньше. Можно: побольше. Таковы мощность завода ХХХ. Именно здесь, на площади в 50 000 квадратных метров производящего пространства формулы обретают жизнь в типе продуктов. Именно отсюда шампуни/бальзамы/маски начинают свой путь, чтобы в итоге оказаться в руках у клиента. Как происходит превращение идеи в миллионы будущих продуктов, дарящие красоту и радость?! С помощью высокоточных механизмов реакторов, компьютера, роботов. Но прежде всего с помощью талантливых людей, которые стоят за работой механизмов. Ни один робот не знает как наполнить продукцию любовью. Это умеют только человек. Многоуровневый контроль качества. Биогенная чистота производства. Высокие стандарты, подтверждённые международной сертификацией. Современное оборудование. Скорость, мощь, эффективность. И главное люди. Всё это завод ХХХ.

ЛАБОРАТОРИЯ

Лаборатория ХХХ в Питере – место, создающее абсолютно все формулы продуктов. Здесь появляются смелые идеи и рождаются будущие бестселлеры.

Создание формулы сложное взаимодействие человека и мельчайших частиц, каждая из которых имеет свой смысл и свои возможности. В наших продуктах заложены метчы, а значит и будущее. В них заложена страсть, энергия, уверенность. Уверенность в том, что продукция под знаком «made in Russia» дарит восторг. Во всем мире. Год почти равен месяцу месяц как неделя а неделя меньше дня. Так идет время в Лаборатории ХХХ. Так происходит всегда, когда делаешь много. Много полезного. Думаете время тратится? Оно конвертируется. Потому что, когда делаешь что-то полезное получаешь больше.

АКАДЕМИЯ/СТУДИЯ

Академии и студии ХХХ созданы для командной игры. Это пространства для встреч. Для встреч с новыми идеями, интересными людьми, а в конечном итоге – с самим собой. Здесь не учат. И это принципиальная позиция. Здесь создают возможности для получения знаний, опыта, вдохновиться. Возможности для коллаборационистов, обмена мнениями, единения. За эволюцией индустрии красоты стоят эволюции конкретных мастеров, личные истории роста и становления. Вместе мы можем сделать гораздо больше дел: принести больше пользы, подарить больше счастливой радости и достичь более высотных результатов.

9. Риторика.

Практическая работа №17. Практикум по современной риторике и модерации дискуссий.

Работа рассчитана на 2 часа.

Цель практической работы: изучить классические и современные риторические приёмы, научиться рассчитывать время выступления, получить навыки построения убеждающего текста, освоить приёмы ведения и модерации дискуссий.

Задачи практической работы: овладение обучающимися профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
ПК 3.2	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Комплексно-методическое оснащение: методические указания к практической работе.

Задание 1

Подготовьте речь по заданным параметрам:

- тема – «Мои профессиональные планы», «Плюсы и минусы моей профессии», «Будущее рекламной индустрии» (*на ваш выбор*);
- хронометраж – 5 минут;
- структура – классическая или нестрогая хрия;
- необходимо использование риторических конструкций.

Задание 2

Подготовьте три вопроса разного типа и направленности к речам других выступающих.

Задание для дифференцированного зачёта

1. Функции и основные единицы языка. Языковая норма и её типы. Вариативность нормы. Примеры вариативности нормы
2. Культура речи. Качества хорошей речи. Культура речи в рекламе. Примеры наличия и отсутствия качеств хорошей речи в рекламе.

3. Основные признаки текста. Структура текста. Типы текста. Примеры рекламного текста.

4. Виды функциональных стилей речи. Их характеристика и особенности. Сфера их употребления.

5. Язык художественной литературы как функциональный стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.

6. Официально-деловой стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.

7. Научный стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.

8. Публицистический стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.

9. Разговорный стиль речи: определение, типологические особенности. Примеры использования в рекламе.

10. Лексика и лексические нормы современной русской речи. Изобразительно-выразительные возможности лексики. Примеры их использования в рекламе.

11. Прямое и переносное значение слова. Метафора и метонимия. Примеры их использования в рекламе.

12. Многозначность слова и омонимия. Примеры их использования в рекламе.

13. Синонимы, антонимы и паронимы. Примеры их использования в рекламе.

14. Лексика с точки зрения её происхождения: исконно-русские и заимствованные слова. Примеры их использования в рекламе.

15. Лексика с точки зрения её употребления: диалектизмы, профессионализмы, жаргонизмы. Примеры их использования в рекламе.

16. Лексика с точки зрения её употребления: архаизмы, историзмы, неологизмы. Примеры их использования в рекламе.

17. Лексика с точки зрения её употребления: интернационализмы, экзотизмы. Примеры их использования в рекламе.

18. Фразеологизмы и крылатые слова. Изобразительно-выразительные возможности лексики и фразеологии. Примеры их использования в рекламе.

19. Орфоэпические и акцентологические нормы современной русской речи. Подвижность этих норм. Примеры из рекламы.

20. Фонетические средства речевой выразительности. Особенности фонетики рекламного текста. Примеры использования фонетических приёмов в рекламном тексте.

21. Состав слова и способы словообразования. Виды морфем. Примеры использования инструментов морфемики в рекламе.

22. Морфология и принципы русской орфографии: основные закономерности правописания имён собственных. Примеры использования в рекламе.

23. Морфология и принципы русской орфографии: основные правила написания имён числительных и сокращения единиц измерения. Примеры использования в рекламе.

24. Синтаксис и пунктуация. Знаки препинания. Выразительные возможности русского синтаксиса. Примеры использования в рекламе.

25. Словосочетание: строение и употребление. Простое предложение: строение, употребление, пунктуационное оформление. Примеры использования в рекламе.

26. Сложное бессоюзное предложение: виды, структура, знаки препинания. Примеры использования в рекламе.

27. Сложносочинённое предложение: виды, структура, знаки препинания. Примеры использования в рекламе.

28. Сложноподчинённое предложение: виды, структура, знаки препинания. Примеры использования в рекламе.

29. Авторская пунктуация: цели, основные закономерности, изобразительно-выразительные свойства. Примеры использования в рекламе.

30. Риторика: основные методы, приёмы и закономерности. Роль риторики в современной рекламной деятельности.

Критерии оценки знаний:

«5» (отлично) ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания;

«4» (хорошо) ставится обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины, их значения для приобретаемой специальности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и демонстрации правильного выполнения задания с небольшими неточностями и коррекцией действий преподавателем;

«3» (удовлетворительно) ставится обучающимся, обладающим необходимыми знаниями, но допустившими неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических заданий, не умеющим обосновывать свои суждения;

«2» (неудовлетворительно) ставится обучающимся, имеющим разрозненные и бессистемные знания, не способным применять знания для решения практических задач или отказавшимся отвечать.