

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

НЕЙМИНГ В МЕДИАПРОЕКТИРОВАНИИ

Составитель	Лазуткина Е.В., к. филол. н., доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций
Согласовано с работодателями:	Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс» Михайлова О.В., генеральный директор ООО «Радиосеть», председатель АРО «Союз журналистов России»
Направление подготовки	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная
Год приема	2024
Курс	4 (по очной форме обучения) 5 (по заочной форме обучения)
Семестр	8 (по заочной форме обучения) 9 (по заочной форме обучения)

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель освоения дисциплины «Нейминг в медиапроектировании» – изучить понятия нейминга и эффективного нейминга; овладеть принципами построения эффективного названия.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- познакомить студентов с основными понятиями теории нейминга;
- познакомить с основными составляющими эффективности коммерческого названия;
- дать информацию о месте нейминга в системе родственных понятий — коммерческая номинация, товарный знак, бренд, номен и др.;
- предоставить сведения об основных методах определения эффективности коммерческого названия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Нейминг в медиапроектировании» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

– «Современный русский (родной) язык»

Знания: фонетические, лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка в целом и применительно к практике современных СМИ;

Умения: следовать полученным знаниям в жизненной практике и профессиональной деятельности; готовить журналистские материалы в разных жанрах для размещения на различных медийных платформах, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства;

Навыки: грамотной устной и письменной речью, ее нормами и средствами выразительности в межличностном общении и профессиональной коммуникации.

– «Основы теории массовой коммуникации»

Знания: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов и её гуманизации.

Умения: соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям.

Навыки: навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

– «Введение в профессию»

Знания: истоки, сущность и специфику журналистской профессии, важнейшие социальные роли журналиста, особенности необходимых личностных и профессиональных качеств, основные принципы культуры умственной деятельности, приемы активизации

мыслительных процессов (развития наблюдательности, памяти, мышления), формы и способы учебной деятельности.

Умения: базироваться на этих знаниях в своей учебной и профессиональной работе.

Навыки: владеть способами активизации умственных процессов, навыками учебной работы в различных формах (на лекциях, семинарах, в ходе лабораторно-практических занятий и т.п.), изучения литературы, конспектирования, оформления библиографии, подготовки письменных работ.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении производственной практики, при подготовке научно-исследовательских и творческих работ.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

- а) универсальных (УК):
- б) общепрофессиональных (ОПК)
- в) профессиональных (ПК)

ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК-3	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта. ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	- Принципы нейминга и его роль в позиционировании медиапродукта. - Особенности исследования восприятия брендов и названий. - Методы сбора и анализа обратной связи	- Применять креативные методики генерации имен (brainstorming, ментальные карты, ассоциативные техники). - Формулировать цели и задачи исследования для нейминга, интерпретировать данные и делать выводы для выбора оптимального варианта. - Выявлять реакции аудитории на нейминг и корректировать стратегию; анализировать отклики для оптимизации названия; использовать данные обратной связи для доработки медиапродукта.	- Навыками разработки нейминговых стратегий для медиапроектов. Тестирование вариантов названий на фокус-группах. Адаптация нейминга под разные платформы (соцсети, СМИ, стриминговые сервисы). - Анализ семантики и ассоциаций, связанных с названием. Работа с инструментами аналитики. - Составление отчетов по обратной связи для команды проекта.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной формы обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	3	3
Объем дисциплины в академических часах	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	37,25	11,25
- занятия лекционного типа	18	4
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18	6
- практическая подготовка (если предусмотрена)	2	2
- консультация (предэкзаменационная)	1	1
- промежуточная аттестация по дисциплине	0,25	0,25
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	70,75	98,75
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Экзамен - семестр 8	Экзамен - семестр 9

Таблица 2. Структура и содержание дисциплины (модуля)

для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации	
	Л		ПЗ		ЛР					КР / КП
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации.	4		4					16	24	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Методы создания названий	4		4					16	24	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Маркетинговые исследования в нейминге	4		4					16	22	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Практика нейминга для	4		2					14	20	Устный опрос,

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
разных медиаформатов										практическое задание
Тема 5. Обратная связь и адаптация нейминга	2		2	2				10,75	16,75	Устный опрос, практическое задание
Консультация									1	
Контроль промежуточной аттестации	0,25									
ИТОГО за семестр:	18		16	2				70,75	108	Экзамен

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма те- кущего кон- троля успе- ваемости, форма про- межуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / К П			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации.	2		2					20	24	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Методы создания названий	2		2					20	24	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Маркетинговые исследования в нейминге				2				20	22	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Практика нейминга для разных медиаформатов								20	20	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Обратная связь и адаптация нейминга								16,75	16,75	Устный опрос, практическое задание
Консультация									1	
Контроль промежуточной аттестации	0,25									
ИТОГО за семестр:	4		4	2				96,75	108	Экзамен

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		ПК-3			
Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации.	22,15	+			1
Тема 2. Методы создания названий	22,15	+			1
Тема 3. Маркетинговые исследования в нейминге	22,15	+			1
Тема 4. Практика нейминга для разных медиа-форматов	20,15	+			1
Тема 5. Обратная связь и адаптация нейминга	20,15	+			1
Консультация	1	+			1
Контроль промежуточной аттестации	0,25				1
Итого	108	+			1

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации

Понятие нейминга.

Нейминг как часть брендинга и медиапроектирования

Виды нейминга

Исследование звукового сходства

Исследование семантического сходства

Исследование ассоциативного сходства

Культурные лингвокоцепты

Национальные различия

Юридические аспекты нейминга: товарные знаки, домены, авторские права

Тема 2. Методы создания названий

Креативные техники генерации имен (brainstorming, ментальные карты, ассоциативные методики)

Лингвистические приемы в нейминге: фонетика, морфология, семантика

Тренды в нейминге: глобальные и локальные особенности

Онлайн-инструменты для генерации имен (NameMesh, Wordoid)

Сервисы аналитики (Google Trends, Brand Analytics)

Тема 3. Маркетинговые исследования в нейминге

Анализ целевой аудитории и конкурентов

Методы тестирования названий (опросы, фокус-группы, А/В-тестирование)

Инструменты аналитики (Google Trends, соцсети, SEO-метрики)

Тема 4. Практика нейминга для разных медиаформатов

Нейминг для цифровых медиа
Названия для телепроектов и кино
Особенности нейминга в печатных СМИ и радиовещании

Тема 5. Обратная связь и адаптация нейминга

Мониторинг реакции аудитории
Корректировка названия на основе данных
Ребрендинг и обновление нейминга

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнение самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем: - внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану); - ознакомьтесь с учебным материалом по учебным пособиям; - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; - запишите возможные вопросы, которые вы зададите преподавателю на лекции. Во время лекции рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;

- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета, экзамена.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

для очной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
Тема 1. Феномен медианоминции. Типичные названия печатных средств массовой информации.	16	Подготовка к собеседованию
Тема 2. Коммерческий нейминг. Еwent-нейминг. Нейминг в спорте. Медианейминг. Нейминг в фармацевтике.	16	Подготовка к собеседованию
Тема 3. Принципы коммерческого нейминга. Принципы нейминга в спорте. Принципы политического нейминга. Место нейминга в системе ценностей PR.	16	Подготовка к собеседованию
Тема 4. История товарных знаков. Формирование товарного знака.	14	Подготовка к собеседованию
Тема 4. Регистрация товарного знака	10,75	Подготовка к собеседованию

для заочной формы обучения

<i>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Формы работы</i>
Тема 1. Юридические аспекты нейминга: товарные знаки, домены, авторские права	20	Подготовка к собеседованию
Тема 2. Креативные техники генерации имен (brainstorming, ментальные карты, ассоциативные методики). Исследование звукового сходства Исследование семантического сходства Исследование ассоциативного сходства Лингвистические приемы в нейминге: фонетика, морфология, семантика Культурные лингвокоцепты Тренды в нейминге: глобальные и локальные особенности. Онлайн-инструменты для генерации имен (NameMesh, Wordoid) Сервисы аналитики (Google Trends, Brand Analytics)	20	Подготовка к собеседованию
Тема 3. Анализ целевой аудитории и конкурентов Методы тестирования названий (опросы, фокус-группы, A/B-тестирование) Инструменты аналитики (Google Trends, соцсети, SEO-метрики)	20	Подготовка к собеседованию

Тема 4. Нейминг для цифровых медиа (подкасты, YouTube-каналы, блоги) Названия для телепроектов и кино Особенности нейминга в печатных СМИ и радиовещании	20	Подготовка к собеседованию
Тема 5. Мониторинг реакции аудитории Корректировка названия на основе данных Ребрендинг и обновление нейминга	16,75	Подготовка к собеседованию

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ, проведению экзамена

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

Проведение экзамена

Оценивание студентов на экзамене осуществляется в соответствии с требованиями и критериями 100-балльной шкалы. Учитываются как результаты текущего контроля, так и знания, навыки и умения, непосредственно показанные студентами в ходе экзамена.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных, тематических контрольных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на лабораторных занятиях, проверку правильности выполнения заданий, выданных на самостоятельную проработку.

На экзамене осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторная работа
Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации.	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Методы создания названий	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Маркетинговые исследования в нейминге	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Практика нейминга для разных медиаформатов	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Обратная связь и адаптация нейминга	Лекция-диалог	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» соб-

ственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации.	ПК-3	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Методы создания названий	ПК-3	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Маркетинговые исследования в нейминге	ПК-3	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Практика нейминга для разных медиаформатов	ПК-3	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Обратная связь и адаптация нейминга	ПК-3	Устный опрос, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8.

Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор и анализ кейсов

Тема 2. Методы создания названий

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор и анализ кейсов

Тема 3. Маркетинговые исследования в нейминге

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор и анализ кейсов

Тема 4. Практика нейминга для разных медиаформатов

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор и анализ кейсов

Тема 5. Обратная связь и адаптация нейминга

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор и анализ кейсов

Темы контрольных работ

1. Доклады, посвященные истории названий известных СМИ, ТВ-программ, радиопередач, медиапроектов.
2. Разработка названия будущего медиапроекта.

Электронная презентация изучаемого материала

Электронная презентация изучаемого материала – результат самостоятельной работы студента, представленной в виде публичного выступления, демонстрирующего уровень проделанной работы, который оценивается по ряду показателей: выбор темы, отбор материала, анализ проблемы, характеристику основных этапов изучения проблемы, формулирование итогов работы и выводов.

Рекомендации к подготовке презентаций по выбранной теме:

1. Презентации подготавливаются индивидуально.
2. Формат презентации по выбору студента (Google-презентации, PowerPoint, лонгрид-Tilda Publishing и др.).
3. Презентация должна по своему содержанию соответствовать выбранной теме и раскрывать ее.
4. Для презентации используется информация из нескольких научных источников (не менее 3-х).
5. Используемые источники должны быть перечислены в конце презентации в последних слайдах.
6. В презентации должны быть представлены текстовые и визуальные слайды;
7. Текст слайдов не должен быть перегружен научной информацией, передавать ее смысл простым доступным языком.
8. В подтверждение текстовой информации должны быть представлены визуальные слайды информационного характера, содержащие фотографии, скриншоты, рисунки, диаграммы, схемы, поясняющие информацию.
9. Неинформативные визуальные слайды использовать не рекомендуется.
1. Не допускается представление чужих авторских презентации, опубликованных в Интернете.
2. Количество слайдов не должно быть менее 10.
3. На первом слайде указывается полное название ВУЗа, тема презентации, ФИО и № группы студента, подготовившего презентацию, ФИО преподавателя проверяющего презентацию, название кафедры, за которой закреплена эта дисциплина.

Перечень примерных вопросов, выносимых на экзамен

1. Нейминг как часть брендинга и медиапроектирования
2. Виды нейминга
3. Креативные техники генерации имен (brainstorming, ментальные карты, ассоциативные методики)
4. Лингвистические приемы в нейминге: фонетика, морфология, семантика
5. Тренды в нейминге: глобальные и локальные особенности
6. Маркетинговые исследования в нейминге
7. Нейминг для цифровых медиа (подкасты, YouTube-каналы, блоги)
Названия для телепроектов и кино
Особенности нейминга в печатных СМИ и радиовещании
8. Обратная связь и адаптация нейминга
9. Ребрендинг и обновление нейминга
10. Виды коммерческой номинации

Таблица 9.

Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
1.	Задания закрытого типа	Укажите неймы-топонимы а) автомобиль «Лада» б) автомобиль «Волга» в) сосиски «Венские» г) пельмени «Сам Самыч» д) парикмахерская «Людмила»	б,в	1
2.		Стратегия нейминг-вокализма, заключающаяся в нарочитом уподоблении гласных (ресторан «Шарабан») называется: а) аналогия б) аллитерация в) ассонанс г) резонанс	в	1
3.		Фонетический прием, заключающийся в повторении одинаковых или однородных согласных звуков, называется: а) редукция б) аллитерация в) ассонанс г) диссонанс	б	1
4.		Укажите неймы, созданные словосложением: а) «Доктор Крофт» б) «Книгомир» в) «Спортмастер» г) «МТС»	б,в	1
5.		Фонетический прием, заключающийся в повторении одинаковых или однородных гласных звуков, называется: а) редукция б) аллитерация в) ассонанс г) диссонанс	в	1
6.	Задания открытого типа	Продолжить определение: «Нейминг – это:	Нейминг (от англ. «name», имя) — процесс разработки названия для компании, под которым бренд или товар регистрируется и выводится на рынок. Важные требования к названию — оригинальность и простота, чтобы потенциальный покупатель легко запомнил продукт.	10
7.		Приведите примеры образования неймов посредством аббревиатур.	В этом случае название бренда складывается из сокращений. Сюда же относят акронимы, когда нейм составляется из первых букв полного названия. Например, BMW — акроним, расшифровывающийся как Bayerische Motoren Werke. Российский примеры — банк ВТБ — Внешний Торговый	5

№ п/п	Тип за- дания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время вы- полнения (в минутах)
			Банк. Или издательство МИФ: Манн, Иванов и Фербер.	
8.		Приведите примеры неологизмов в нейминге	«Фантазийные» слова, которые сложно подделать, но легко запатентовать: Google, ВкусВилл или Гурмания (выдуманные топонимы).	8-10
9.		Приведите примеры усечения в нейминге	За основу берётся несколько ключевых слов, связанных с преимуществами или свойствами, затем их «распиливают», а получившиеся части komponуют в нейм. Например, «Живо» — галерея живописи, или «Fanta» — сокращение от «fantastic».	5
10.		Доменный-нейминг – это...	Суть этого способа — использовать домен в качестве наименования. Например, «АВТО.РУ» или «MAIL.RU». Доменные имена уже давно стали мощным маркетинговым инструментом, потому что благодаря им пользователи запоминают и узнают бренды, названия компаний и сервисов. Компании выбирают свободный домен или регистрируют новый, чтобы имя сайта и бренда совпадало.	5
11.	Задания закрытого типа	Критериями эффективного нейма являются: а) мнемоничность б) отсутствие отрицательных ассоциаций в) однословность г) максимальная концентрация связей с объектом наименования	б	1
12.		Стратегия нейминг-вокализма, заключающаяся в нарочитом употреблении гласных (кафе «Колобок») называется: а) аналогия б) аллитерация в) ассонанс г) резонанс	в	1
13.		Прием нарочитого использования согласных в нейминге – это: а) аналогия б) аллитерация в) ассонанс г) резонанс	б	1
14.		Укажите неймы-антропонимы: а) автомобиль «Лада» б) автомобиль «Волга» в) сосиски «Венские» г) пельмени «Сибирские» д) парикмахерская «Людмила»	г	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
15.		Стилистические фигуры и обороты речи, которые используются в переносном значении, чтобы нейминг приобрел художественную выразительность называются: а) тропы б) фразеологизмы в) звукопись г) каламбур	а	1
16.	Задания открытого типа	Перечислите качества хорошего нейминга.	Закрепляется в памяти потребителя. Успешно конкурирует с другими названиями, потому что их трудно перепутать. Связывается в умах с товаром или услугой компании. Соответствует вкусу потребителя, вызывает только положительные ассоциации. Имеет потенциал и подходит для расширения товарных категорий, выхода на международный рынок и так далее. Хорошо звучит и широко используется в обычной жизни	3
17.		Назовите основные принципы, которые следует учитывать в процессе создания названия.	Лаконичность и звучность. Название должно не только четко произноситься, но и легко записываться, желательно даже на транскрипте. Хороший пример — ООО «Импульс». Стилистика. Имя отражает стиль, суть продукта или услуги, а также сферу деятельности. Например, бренд детских вещей «Карпуз» или «ДочкиСыночки». Уникальность. Разработанное имя не должно быть ранее зарегистрировано и использовано какой-либо другой фирмой. Отсутствие подтекстов, особенно негативных. Хорошо, конечно, когда имя вашей компании имеет множество трактовок, но лучше с подобным быть поаккуратнее. Примеры — салон-красоты «Царица» или банк «Развитие». Соответствие месту и концепции (если это возможно). Например, можно назвать бар «У моста», если он действительно располагается рядом с мостом в городе, а сеть барбершопов — «BORODA». Рекомендуется также применять различные методы психолингвистики, словообразования и пози-	3

№ п/п	Тип за- дания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время вы- полнения (в минутах)
			ционирования. При выборе имени особое внимание обращается на лексическое значение, эмоциональную и стилистическую окраску, этимологию и морфологию, а также эстетику слов.	
18.		Приведите примеры использования имен в нейминге.	Берётся имя, фамилия или отчество. Способ широко распространён, но в то же время не всегда демонстрирует качества продукта. Из примеров: Adidas (Adi Dassler — тут и метод усечения, кстати), Calvin Klein, Лаборатория Касперского, Тинькофф Банк или магазины «Машенька», «Ирина», «Мария» которые есть почти в каждом городе.	15
19.		Приведите примеры использования «превосходства» в нейминге.	В данном случае используются приставки супер-, гипер-, мега- и другие. Пример — компания «Мега-Ойл», которая демонстрирует основной продукт и масштабность деятельности. Также можно показать превосходство продукта не очень актуальным, но имеющим право на жизнь, методом — использовать гиперболы: «Мир инструмента», «Вселенная текстиля», «Империя стали».	10
20.		Для чего нужен нейминг?	Нейминг способствует формированию успешного бренда. Наименование продукта или компании влияет на узнаваемость, спрос и доверие потребителей.	3
№ п/п		Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
21.		Укажите неймы-топонимы а) автомобиль «Лада» б) автомобиль «Волга» в) сосиски «Венские» г) пельмени «Сам Самыч» д) парикмахерская «Людмила»	б,в	1
22.		Стратегия нейминг-вокализма, заключающаяся в нарочитом уподоблении гласных (ресторан «Шарабан») называется: а) аналогия б) аллитерация в) ассонанс г) резонанс	в	1
23.		Фонетический прием, заключающийся в повторении одинаковых или однородных согласных звуков, называется: а) редукция	б	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		б) аллитерация в) ассонанс г) диссонанс		
24.		Укажите неймы, созданные словосложением: а) «Доктор Крофт» б) «Книгомир» в) «Спортмастер» г) «МТС»	б, в	1
25.		Фонетический прием, заключающийся в повторении одинаковых или однородных гласных звуков, называется: а) редукция б) аллитерация в) ассонанс г) диссонанс	в	1
26.		Продолжить определение: «Нейминг – это:	Нейминг (от англ. «name», имя) — процесс разработки названия для компании, под которым бренд или товар регистрируется и выводится на рынок. Важные требования к названию — оригинальность и простота, чтобы потенциальный покупатель легко запомнил продукт.	10
27.		Приведите примеры образования неймов посредством аббревиатур.	В этом случае название бренда складывается из сокращений. Сюда же относят акронимы, когда нейм составляется из первых букв полного названия. Например, BMW — акроним, расшифровывающийся как Bayerische Motoren Werke. Российский примеры — банк ВТБ — Внешний Торговый Банк. Или издательство МИФ: Манн, Иванов и Фербер.	5
28.		Приведите примеры неологизмов в нейминге	«Фантазийные» слова, которые сложно подделать, но легко запатентовать: Google, ВкусВилл или Гурмания (выдуманные топонимы).	8-10
29.		Приведите примеры усечения в нейминге	За основу берётся несколько ключевых слов, связанных с преимуществами или свойствами, затем их «распиливают», а получившиеся части komponуют в нейм. Например, «Живо» — галерея живописи, или «Fanta» — сокращение от «fantastic».	5
30.		Доменный-нейминг – это...	Суть этого способа — использовать домен в качестве наименования. Например, «АВТО.RU» или «MAIL.RU». Доменные имена уже давно стали мощным маркетинговым инструментом, потому что благодаря им пользователи запоминают и узнают бренды, назва-	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			ния компаний и сервисов. Компании выбирают свободный домен или регистрируют новый, чтобы имя сайта и бренда совпало.	
31.		Критериями эффективного нейма являются: а) мнемоничность б) отсутствие отрицательных ассоциаций в) однословность г) максимальная концентрация связей с объектом наименования	б	1
32.		Стратегия нейминг-вокализма, заключающаяся в нарочитом употреблении гласных (кафе «Колобок») называется: а) аналогия б) аллитерация в) ассонанс г) резонанс	в	1
33.		Прием нарочитого использования согласных в нейминге – это: а) аналогия б) аллитерация в) ассонанс г) резонанс	б	1
34.		Укажите неймы-антропонимы: а) автомобиль «Лада» б) автомобиль «Волга» в) сосиски «Венские» г) пельмени «Сибирские» д) парикмахерская «Людмила»	г	3
35.		Стилистические фигуры и обороты речи, которые используются в переносном значении, чтобы нейминг приобрел художественную выразительность называются: а) тропы б) фразеологизмы в) звукопись г) каламбур	а	1
36.		Перечислите качества хорошего нейминга.	Закрепляется в памяти потребителя. Успешно конкурирует с другими названиями, потому что их трудно перепутать. Связывается в умах с товаром или услугой компании. Соответствует вкусу потребителя, вызывает только положительные ассоциации. Имеет потенциал и подходит для расширения товарных категорий, выхода на международный рынок	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			и так далее. Хорошо звучит и широко используется в обычной жизни	
37.		Назовите основные принципы, которые следует учитывать в процессе создания названия.	Лаконичность и звучность. Название должно не только чётко произноситься, но и легко записываться, желательно даже на транскрипте. Хороший пример — ООО «Импульс». Стилистика. Имя отражает стиль, суть продукта или услуги, а также сферу деятельности. Например, бренд детских вещей «Карапуз» или «ДочкиСыночки». Уникальность. Разработанное имя не должно быть ранее зарегистрировано и использовано какой-либо другой фирмой. Отсутствие подтекстов, особенно негативных. Хорошо, конечно, когда имя вашей компании имеет множество трактовок, но лучше с подобным быть поаккуратнее. Примеры — салон-красоты «Царица» или банк «Развитие». Соответствие месту и концепции (если это возможно). Например, можно назвать бар «У моста», если он действительно располагается рядом с мостом в городе, а сеть барбершопов — «BORODA». Рекомендуется также применять различные методы психолингвистики, словообразования и позиционирования. При выборе имени особое внимание обращается на лексическое значение, эмоциональную и стилистическую окраску, этимологию и морфологию, а также эстетику слов.	3
38.		Приведите примеры использования имен в нейминге.	Берётся имя, фамилия или отчество. Способ широко распространён, но в то же время не всегда демонстрирует качества продукта. Из примеров: Adidas (Adi Dassler — тут и метод усечения, кстати), Calvin Klein, Лаборатория Касперского, Тинькофф Банк или магазины «Машенька», «Ирина», «Мария» которые есть почти в каждом городе.	15
39.		Приведите примеры использования «превосходства» в нейминге.	В данном случае используются приставки супер-, гипер-, мега- и другие. Пример — компания «Мега-Ойл», которая демонстрирует основной продукт и масштабность	10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			деятельности. Также можно показать превосходство продукта не очень актуальным, но имеющим право на жизнь, методом — использовать гиперболы: «Мир инструмента», «Вселенная текстиля», «Империя стали».	
40.		Для чего нужен нейминг?	Нейминг способствует формированию успешного бренда. Наименование продукта или компании влияет на узнаваемость, спрос и доверие потребителей.	3

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Контроль и отчетность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

Экзамен (пример)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				

1.	Устные ответы	10/2	20	По расписанию
2.	Практические задания	10/2	20	По расписанию
Всего			40	

№ п/ п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максималь- ное количе- ство баллов (пример)	Срок представле- ния
Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	
Дополнительный блок				
8.	Экзамен		50	
Всего			50	
ИТОГО			100	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Экзамен

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	
60–64	3 (удовлетворительно)
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература

1. Годин, А.М. Брендинг: учебное пособие: /А.М.Годин.– Москва : Дашков и К°, 2016. – 184 с.

2. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва : Юнити, 2015. – 559 с.

8.2. Дополнительная литература

1. Новичихина, М.Е. Теоретические проблемы изучения эффективности коммерческой номинации / М.Е. Новичихина // Филологические записки. Вестн. литературоведения и языкознания. — 2004. — Вып. 21. — URL: <http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/213483.pdf>

2. Дударева Я.А., Замилова А.В., Сатучина Т.Ю. Нейминговый словарь русского языка. – 2006. – 299 с.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля):

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;
- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для

лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).