

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
НЕОНОМИНАЦИИ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Составитель	Касьянова Л.Ю., доцент, доктор филологических наук, профессор кафедры современного русского языка
Согласовано с работодателями:	Ядыкин Р.Ю., первый заместитель министра государственного управления, информационных технологий и связи Астраханской области Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс»
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
Семестр	8 (по очной форме обучения) 7-8 (по заочной форме обучения)

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. **Цель** освоения дисциплины – формирование знаний и умений в области исследования лексических новаций в рекламном дискурсе, а также теоретическое осмысление сущности и роли лексических новаций в современном медиапространстве.

1.2. **Задачи** дисциплины:

- формирование знаний о закономерностях развития лексико-семантической системы языка; умений различать системные изменения и речевые ошибки, распространенные в современном рекламном дискурсе;
- использовать свои знания при анализе современных медийных и рекламных текстов, коммуникационных продуктов, грамотно выбирать тот или иной языковой вариант, адекватный условиям порождаемого текста;
- овладение навыками подготовки собственных текстов, отвечающих современным требованиям;
- квалифицированным отношением к тенденциям в современном русском языке, отраженным в практике рекламы и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Неономинии в рекламном дискурсе» 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.

– *«Нейминг в массовой коммуникации»*

Знания: основные теории, принципы и методологии создания имен (неймов) для брендов, продуктов и проектов; лингвистические основы нейминга (фонетика, морфемика, семантика).

Умения: генерировать идеи названий, адекватных позиционированию бренда и маркетинговым задачам.

Навыки: проведения лингвистического и фонетического анализа названий; работы с специализированным программным обеспечением и базами данных для проверки товарных знаков и доменных имен; создания и проведения презентации нейминга для заказчика.

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)

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

б) общепрофессиональных (ОПК)

в) профессиональных (ПК)

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

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)
УК-4	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах)	<ul style="list-style-type: none"> - знает правила и принципы деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации. - демонстрирует умение осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, использовать методы и навыки делового общения. - имеет навыки делового общения на государственном языке Российской Федерации 	<ul style="list-style-type: none"> - умеет применять правила и принципы деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации. - умеет осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, использовать методы и навыки делового общения. - умеет осуществлять деловое общение на государственном языке Российской Федерации 	<ul style="list-style-type: none"> - владеет навыками и приемами применения правил и принципов деловой устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации. - владеет приемами осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах, использования методов и навыков делового общения. - владеет приемами делового общения на государственном языке Российской Федерации
ПК-2	<p>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с</p>	<ul style="list-style-type: none"> – особенности подготовки текстового контента для различных каналов коммуникации и основные принципы копирайтинга – критерии и методы создания информационных поводов, а также классические и современные творческие методики 	<ul style="list-style-type: none"> – создавать эффективные тексты для рекламы и PR, адаптированные под специфику выбранного медиаканала и целевую аудиторию – генерировать идеи для информационных поводов и креативных решений, оцени- 	<ul style="list-style-type: none"> – навыками написания, редактуры и оформления текстовых материалов в соответствии с целями коммуникации и лучшими отраслевыми практиками – навыком разработки и обоснования креативной концепции проекта, основанной на ак-

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта. ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании. ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн-среде.	– структуру и компоненты сценария события, основы драматургии и логики при планировании мероприятий – инструменты и каналы коммуникации для трансляции корпоративной философии в онлайн и офлайн-среде	вая их потенциал и соответствие целям кампании – разрабатывать сценарный план мероприятия, прописывая ключевые элементы: хронометраж, содержание, роли участников и интерактивные блоки – адаптировать ключевые сообщения миссии и философии организации для разных целевых групп и форматов коммуникации	туальном информационном поведении – навыком создания рабочего сценария специального события, обеспечивающего достижение коммуникационных целей кампании – навыками разработки и реализации коммуникационной стратегии по донесению ценностей бренда до общественности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм 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	2	2
Объем дисциплины в академических часах	72	72
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.)	34,75	60,75
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Экзамен - семестр 8	Экзамен - семестр 8

Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)

для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Рекламное обращение, его основные особенности. Причины и механизм появления лексических новаций.	4		4					6	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Словообразование как активный механизм неологизации. Основные семантические процессы в современной лексике	4		4					6	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Иноязычная лексика в текстах рекламы и связи с общественностью.	4		4					6	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Тематическое многообразие лексических новаций в СМИ	4		4					6	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Прагматический потенциал лексических новаций	2		2	2				10, 75	14, 75	Устный опрос, практическое задание
Консультация									1	
Контроль промежуточной аттестации									0,25	Экзамен
ИТОГО за семестр:	18		18	2				34, 75	72	

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Рекламное обращение, его основные особенности. Причины и механизм появления лексических новаций.	2		2					10	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Словообразование	2		2					10	14	Устный

как активный механизм неологизации. Основные семантические процессы в современной лексике										опрос, практическое задание
Тема 3. Иноязычная лексика в текстах рекламы и связи с общественностью.			2	2				12	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Тематическое многообразие лексических новаций в СМИ								14	14	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Прагматический потенциал лексических новаций								14,75	14,75	Устный опрос, практическое задание
Консультация									1	
Контроль промежуточной аттестации									0,25	Экзамен
ИТОГО за семестр:	4		6	2				60,75	72	

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 соотношения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		УК-4	ПК-2		
Тема 1. Рекламное обращение, его основные особенности. Причины и механизм появления лексических новаций.	14	+	+		2
Тема 2. Словообразование как активный механизм неологизации. Основные семантические процессы в современной лексике	14	+	+		2
Тема 3. Иноязычная лексика в текстах рекламы и связи с общественностью.	14	+	+		2
Тема 4. Тематическое многообразие лексических новаций в СМИ	14	+	+		2
Тема 5. Прагматический потенциал лексических новаций	14,75	+	+		2
Консультация	1	+	+		2
Контроль промежуточной аттестации	0,25	+	+		2
Итого	72	+	+		2

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Рекламное обращение, его основные особенности. Причины и механизм появления лексических новаций.

Специфика рекламного дискурса.
Функции рекламного обращения.
Понятие лексической новации (неологизма) в лингвистике.
Экстралингвистические причины неологизации
Собственно лингвистические причины.
Механизм появления неологизмов: окказиональное словообразование, семантическая деривация, заимствование.

Тема 2. Словообразование как активный механизм неологизации. Основные семантические процессы в современной лексике

Аффиксальные способы словообразования: продуктивные префиксы, суффиксы и их роль в создании рекламных номинаций.

Словосложение: виды и прагматические функции сложных слов в рекламе.

Аббревиация как способ создания лаконичных и запоминающихся номинаций.

Конверсия и другие безаффиксальные способы словообразования.

Семантические процессы: метафоризация и метонимия как основа переносного употребления слов.

Расширение и сужение значения лексических единиц в рекламном контексте.

Тема 3. Иноязычная лексика в текстах рекламы и связях с общественностью.

Классификация иноязычных заимствований: экзотизмы, варваризмы, интернационализмы.

Функции иноязычной лексики: номинативная, стилистическая, престижно-имиджевая.

Понятие «англицизмы» как доминирующего пласта заимствований в современном рекламном дискурсе.

Способы адаптации иноязычных слов: графическая, фонетическая, грамматическая.

Феномен «калькирования»: структурные и семантические кальки.

Проблема избыточности и неоправданности заимствований в рекламных текстах.

Тема 4. Тематическое многообразие лексических новаций в СМИ

Лексические новации в сфере информационных технологий и цифровых коммуникаций.

Неологизмы в области экономики, бизнеса и финансов.

Образовательные, научные и профессиональные номинации.

Лексические инновации в сфере быта, досуга и массовой культуры.

Общественно-политическая лексика как источник новых слов и выражений.

Анализ тематических групп неологизмов в материалах печатных и электронных СМИ.

Тема 5. Прагматический потенциал лексических новаций

Воздействующая функция неологизмов: создание эффекта новизны и уникальности.

Манипулятивный потенциал лексических новаций в рекламном и PR-дискурсе.

Создание положительных коннотаций и формирование привлекательного имиджа бренда.

Лексические новации как средство привлечения и удержания внимания целевой аудитории.

Влияние окказионализмов на запоминаемость рекламного сообщения.

Эффект языковой игры и его роль в реализации прагматических установок автора текста.

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, выполнении самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

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

Студенты могут работать с текстами лекций и практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

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, 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.

К 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 экзамену.

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 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>
---	---------------------	---------------------

<i>Тема 1.</i> Тенденции развития лексики в современном языке	6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2.</i> Влияние цифровых технологий на современную лексику	6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3.</i> Язык субкультур как источник лексических инноваций	6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4.</i> Неологизмы в политике и медиа Эвфемизмы и дисфемизмы в политическом дискурсе	6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 5.</i> Роль СМИ в создании языковых трендов	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>
<i>Тема 1.</i> Тенденции развития лексики в современном языке	10	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2.</i> Влияние цифровых технологий на современную лексику	10	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3.</i> Язык субкультур как источник лексических инноваций	12	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4.</i> Неологизмы в политике и медиа Эвфемизмы и дисфемизмы в политическом дискурсе	14	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 5.</i> Роль СМИ в создании языковых трендов	14,75	Подготовка к собеседованию

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

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

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

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных, тематических контрольных ра-

бот. 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. Рекламное обращение, его основные особенности. Причины и механизм появления лексических новаций.	Лекция-обзор	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Словообразование как активный механизм неологизации. Основные семантические процессы в современной лексике	Лекция-обзор	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Иноязычная лексика в текстах рекламы и связи с общественностью.	Лекция-обзор	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Тематическое многообразие лексических новаций в СМИ	Лекция-обзор	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Прагматический потенциал лексических новаций	Лекция-обзор	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» собственной 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. Рекламное обращение, его основные особенности. Причины и механизм появления лексических новаций.	УК-4; ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. Словообразование как активный механизм неологизации. Основные семантические процессы в современной лексике	УК-4; ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. Иноязычная лексика в текстах рекламы и связи с общественностью.	УК-4; ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. Тематическое многообразие лексических новаций в СМИ	УК-4; ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. Прагматический потенциал лек-	УК-4; ПК-2	Устный опрос,

сических новаций		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. Рекламное обращение, его основные особенности. Причины и механизм появления лексических новаций.

Вопросы для устного обсуждения

Анализ поликодовой природы рекламного обращения как комплексного семиотического единства.

Определение суггестивного потенциала рекламного дискурса и его лингвистических маркеров.

Классификация функций рекламного обращения с выделением доминирующей прагматической установки.

Установление критериев разграничения неологизмов и окказионализмов в лингвистике.

Выявление экстралингвистических факторов, детерминирующих процесс неологизации в рекламе.

Описание лингвистических причин, обуславливающих стремление к языковой игре и экспрессии.

Характеристика основных механизмов порождения новых лексических единиц.

Практические задания

1. Мониторинг рекламных сообщений
2. Подбор и анализ примеров медиапубликаций для обсуждения

Тема 2. Словообразование как активный механизм неологизации. Основные семантические процессы в современной лексике.

Вопросы для устного обсуждения

Оценка продуктивности аффиксальных моделей в создании рекламных номинаций.

Исследование прагматических функций словосложения и аббревиации в рекламном тексте.

Анализ роли семантических процессов (метафоризации, метонимии) в расширении лексического состава.

Практические задания

1. Мониторинг рекламных сообщений
2. Подбор и анализ примеров медиапубликаций для обсуждения

Тема 3. Иноязычная лексика в текстах рекламы и связях с общественностью.

Систематизация функций иноязычной лексики в реализации имиджевой и престижной стратегии.

Рассмотрение лингвистических и социальных причин доминирования англицизмов в рекламном дискурсе.

Освещение проблемы коммуникативных барьеров, связанных с избыточным использованием неадаптированных заимствований.

Практические задания

1. Мониторинг рекламных сообщений
2. Подбор и анализ примеров медиапубликаций для обсуждения

Тема 4. Тематическое многообразие лексических новаций в СМИ.

Вопросы для устного обсуждения

Изучение корреляции между тематическими группами неологизмов и актуальными социокультурными тенденциями.

Сравнительный анализ частотности и способов образования лексических новаций в различных медийных дискурсах.

Изучение роли СМИ в процессе легитимизации окказиональных образований и их вхождения в узус.

Сопоставительный анализ тематических групп неологизмов в качественной и массовой прессе.

Выявление взаимосвязи между типом медиаканала (интернет-издание, телеканал, глянцевого журнала) и спецификой используемых лексических новаций.

Практические задания

1. Мониторинг рекламных сообщений
2. Подбор и анализ примеров медиапубликаций для обсуждения

Тема 5. Прагматический потенциал лексических новаций.

Вопросы для устного обсуждения

Анализ манипулятивных стратегий, реализуемых с помощью лексических новаций в PR-текстах.

Определение роли окказионализмов в создании уникального бренд-стиля и дифференциации на рынке.

Исследование влияния языковой игры на когнитивные процессы реципиента и запоминаемость рекламного сообщения.

Установление корреляции между типом неологизма (словообразовательный, семантический) и силой его прагматического воздействия.

Оценку этических границ использования манипулятивного потенциала новых лексических единиц.

Практические задания

1. Мониторинг рекламных сообщений
2. Подбор и анализ примеров медиапубликаций для обсуждения

Перечень вопросов, выносимых на экзамен

1. Определение рекламного дискурса и характеристика его основных категориальных признаков.
2. Классификация лексических новаций (неологизмов) и установление критериев их разграничения с окказиональными образованиями.
3. Систематизация экстралингвистических и собственно лингвистических причин возникновения неологизмов в рекламном дискурсе.
4. Описание основных механизмов образования неологизмов: словообразовательных, семантических, заимствования.
5. Характеристика наиболее продуктивных словообразовательных моделей в системе современной рекламной номинации.
6. Анализ семантических процессов как источника обогащения лексики рекламы.
7. Классификация иноязычных заимствований в рекламных текстах и определение их функциональной нагрузки.
8. Описание процесса адаптации (графической, фонетической, грамматической) иноязычных лексем в русскоязычном рекламном дискурсе.
9. Анализ феномена калькирования и его роли в процессе языкового заимствования.
10. Систематизация лексических новаций по тематическим группам и выявление их связи с актуальными социокультурными тенденциями.
11. Определение прагматического потенциала лексических новаций как инструмента воздействия на целевую аудиторию.
12. Анализ манипулятивных стратегий, реализуемых с помощью лексических новаций в рекламном и PR-дискурсе.
13. Рассмотрение роли языковой игры и окказионализмов в создании запоминающегося рекламного образа и бренд-стиля.
14. Оценка этических аспектов использования манипулятивного потенциала лексических новаций в рекламной коммуникации.

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

Контроль и отчётность 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).

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

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				
1.	Устные ответы	10/2	20	По расписанию
2.	Практическое задание	10/2	20	По расписанию
Всего			40	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	
Дополнительный блок				
8.	Экзамен		50	

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

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
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. Ганиев, Ж. В. Современный русский язык : фонетика, графика, орфография, орфоэпия / Ганиев Ж. В. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 198 с. – ISBN 978-5-9765- 1044-9. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976510449.html>
2. Евсева, И. В. Современный русский язык. Актуальные вопросы морфемики, морфонологии и словообразования : учеб. пособие / И. В. Евсева. – Красноярск : СФУ, 2014. – 204 с. – ISBN 978-5-7638-2761-3. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785763827613.html>
3. Земская, Е. А. Современный русский язык. Словообразование : учебное пособие / Е. А. Земская. – 9-е изд. стереотип. – Москва : ФЛИНТА, 2016. – 328 с. – ISBN 978-5-89349-634-5. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893496345.html>
4. Карпова, Е. В. Современный русский язык : Морфемика и словообразование для журналистов : учебное пособие / Карпова Е. В. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. – 28 с. – ISBN 978-5-7782-3155-9. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778231559.html>
5. Кротова, А. Г. Современный русский язык : лексикология для журналистов : учебное пособие / Кротова А. Г. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. – 96 с. – ISBN 978-5-7782-3164-1. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778231641.html>
6. Кузьмина, Н. А. Современный русский язык. Лексикология : теория, тренинг, контроль / Кузьмина Н. А. – Москва : ФЛИНТА, 2016. – 337 с. – ISBN 978-5-9765- 1028-9. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976510289.html>
7. Пермякова, Т. Н. Современный русский язык. Фонетика для журналистов : учебное пособие / Пермякова Т. Н. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. – 70 с. — ISBN 978-5-7782-3205-1. – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. –URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232051.htm>
8. Самотик, Л.Г. Лексика современного русского языка / Л.Г. Самотик. – М.: ФЛИНТА, 2017. – 510 с. – URL:<https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976513938.html> (ЭБС «Консультант студента»).

8.2 Дополнительная литература

1. Маринова, Е.В. Иноязычная лексика современного русского языка: учебное пособие / Е.В. Маринова. – М.: ФЛИНТА, 2019. – 296 с. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976512467.html> (ЭБС «Консультант студента»).
2. Попова, Т.В. Неология и неография современного русского языка / Попова Т.В.

– Москва: ФЛИНТА, 2017. – 168 с. – URL:

<https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893497625.html> (ЭБС «Консультантстудента»).

3. Рацибурская, Л.В. Специфика современного медийного словотворчества / Л.В. Рацибурская, Н.А. Самыличева, А.В. Шумилова. – М. : ФЛИНТА, 2015. – 136 с. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976519251.html> (ЭБС

«Консультант студента»).

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 те-

кущего 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).