

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

_____ Е.В. Лазуткина

«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующая кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

_____ Г.С. Белолипская

«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Нейминг в медиапроектировании»

Составитель

Максимова Н.В., кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций

Согласовано с работодателями:

Нечаев А.Н., генеральный директор АНО «Издательский дом “Каспий”», председатель Астраханского регионального отделения Союза журналистов России;
Стародубова О.В., заместитель начальника Управления связи, главный редактор корпоративного СМИ «Наше время» ООО «Газпром добыча Астрахань»
42.03.05МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки /
специальность

Направленность (профиль) /
специализация ОПОП

Квалификация (степень)

Форма обучения

Год приёма

Курс

Семестры

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

бакалавр

очная

2024

4

7

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 В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Нейминг в медиапроектировании» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и осваивается в 7 семестре

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

– *«Проектирование медиапродукта»*

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

– *«Социология массовой коммуникации»*

Знания: знать основные понятия и базовые принципы науки об обществе и социальной действительности.

Умения: умение сортировать, кодировать и систематизировать социальные знания, определять подход к изучению социологической проблемы, анализировать социальную ситуацию, выделять скрытые причины событий.

Навыки: аналитические навыки, в том числе умение выделять проблему и ее компоненты, методологические навыки, в том числе навыки методологических исследований.

2.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование элементов следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки:

- а) универсальных (УК): – УК-4
- б) общепрофессиональных (ОПК): ОПК-1
- в) профессиональных (ПК): –

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 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации и нормами иностранного(ых) языка(ов), использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации	основные принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности журналистских текстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапроектов, и (или) текстов рекламы и связей с общественностью, и (или) иных коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Осуществляет подготовку медиатекстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Владеет навыками и приемами создания медиатекстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетных единиц (72 часа). Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной и заочной 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 очно-заочной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	–	–

Объем дисциплины в академических часах	72	–	–
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	36	–	–
- занятия лекционного типа, в том числе:		–	–
- практическая подготовка (если предусмотрена)	18	–	–
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	18	–	–
- практическая подготовка (если предусмотрена)		–	–
- в ходе подготовки и защиты курсовой работы		–	–
- консультация (предэкзаменационная)		–	–
- промежуточная аттестация по дисциплине		–	–
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	36	–	–
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен), семестр (ы)	зачет – 7 семестр;	–	–

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и самостоятельной работы, для каждой формы обучения представлено в таблице 2.2.

Таблица 2.2. Структура и содержание дисциплины для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / К П			
	Л	В т.ч. ПП	ПЗ	В т.ч. ПП	ЛР	В т.ч. П П				
Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации.	4		4					8	16	Устный опрос Практическое задание
Тема 2. Виды нейминга.	4		4					8	16	Устный опрос Практическое задание
Тема 3. Основные принципы нейминга различных видов.	4		4					8	16	Устный опрос Практическое задание Контрольная работа
Тема 4. Принципы создания товарного знака.	4		4					8	16	Устный опрос Практическое

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточн ой аттестации [по семестрам] задание
	Л		ПЗ		ЛР		КР / К П			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	Л Р	в т.ч. · П П				
Тема 5. Экспертиза товарного знака.	2		2					4	8	Устный опрос Практическое задание Доклад
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										зачет
ИТОГО за семестр:	18		18					36	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 соотнесения разделов, тем учебной дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы, разделы дисциплины	Кол- во часов	Компетенции										общее количество компетенций
		1	2	3	4	5	6	7	8	п ...		
Тема 1	16	УК-4	ОПК-1									2
Тема 2	16	УК-4	ОПК-1									2
Тема 3	16	УК-4	ОПК-1									2
Тема 4	16	УК-4	ОПК-1									2
Тема 5	8	УК-4	ОПК-1									2
Зачет												
Итого	72											

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

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

Понятие нейминга.

Роль и местонейминга в системе массовой коммуникации.

Нейминг как составляющая брендинга.

Феномен медианоминаций.

Тема 2. Виды нейминга.

Коммерческий нейминг,Евент-нейминг.

Нейминг в спорте.

Медианейминг.
Нейминг в фармацевтике.
Другие виды нейминга.
Медианоминации.

Тема 3. Основные принципы нейминга различных видов.

Принципы Медианейминга.
Принципы коммерческого нейминга.
Принципы нейминга в спорте.
Принципы политического нейминга.

Тема 4. Принципы создания товарного знака.

История товарных знаков.
Формирование товарного знака.
Регистрация товарного знака.

Тема 5. Экспертиза товарного знака.

Методы лингвистической экспертизы товарных знаков.
Исследование звукового сходства.
Исследование семантического сходства.
Исследование ассоциативного сходства.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Основными формами занятий по данной дисциплине являются лекционные и практические (семинарские) занятия. Лекция – это один из методов обучения и одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. С учетом современных требований монологическое изложение учебного материала должно быть максимально диалогизировано, что способствует реализации интерактивности. Организационно-методической базой проведения лекционных занятий является рабочий учебный план направления или специальности. При подготовке лекционного материала преподаватель обязан руководствоваться учебными программами по дисциплине. При подготовке к лекции преподаватель имеет право самостоятельно выбирать формы и методы представления материала. Содержание и форма проведения лекционного занятия должны соответствовать требованиям, определяющим качественный уровень образовательного процесса. К ним относятся: научная обоснованность, информативность, современный научный уровень материалов, излагаемых в лекции; четкая структура и логика раскрытия излагаемых вопросов; доказательность и аргументированность; вовлечение в познавательный процесс аудитории; использование возможностей информационно-коммуникационных технологий и мультимедиа. Практическая часть дисциплины реализуется на практических (семинарских) занятиях, целью которых является закрепление теоретических знаний, а также формирование умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующей учебной и профессиональной деятельности. Практическое (семинарское) занятие - это особая форма учебно-теоретических занятий, которая, как правило, служит дополнением к лекционному курсу. Его отличительной особенностью является активное участие самих студентов в объяснении вынесенных на рассмотрение проблем, вопросов. Практическое (семинарское) занятие помогает студентам глубоко овладеть предметом, способствует развитию умения самостоятельно работать с учебной литературой и документами, освоению студентами методов научной работы и приобретению навыков научной аргументации, научного мышления. Преподавателю же работа студентов на семинаре позволяет судить о том, насколько успешно они осваивают материал курса.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов как особенная учебная деятельность позволяет выявить базовый интеллектуальный уровень, формирование познавательного интереса к содержательной стороне учебного материала, наличие профессиональной мотивации будущего специалиста и стремление к самостоятельности. В ходе самостоятельной работы студенты должны осуществлять:

- подготовку к занятиям, включая изучение лекций и литературы по теме занятия (используются конспекты лекций и источники, представленные в перечне основной и дополнительной литературы, а также электронные ресурсы);
- выполнение индивидуальных самостоятельных домашних заданий по теме прошедшего занятия;
- конспектирование материала источника;
- подготовку письменных работ: реферата (индивидуальные задания по слабоусвоенным темам), в том числе самостоятельное изучение части теоретического материала по темам, которые заявлены в теме реферата (используются источники, представленные в перечне основной и дополнительной литературы, а также электронные ресурсы), а также доклада-презентации.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся для очной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
<p><i>Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации</i> Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации. Нейминг как составляющая брендинга. Регистрация товарного знака. Параметры, обеспечивающие эффективность нейма Феномен медианоминации. Типичные названия печатных средств массовой информации.</p>		Подготовка к устному опросу Конспектирование Реферат
<p><i>Тема 2. Виды нейминга.</i> Коммерческий нейминг, Евент-нейминг. Нейминг в спорте. Медианейминг.</p>		Подготовка презентаций Конспектирование
<p><i>Тема 3. Основные принципы нейминга различных видов.</i> Принципы Медианейминга. Принципы коммерческого нейминга. Принципы нейминга в спорте. Принципы политического нейминга. Место нейминга в системе ценностей PR. 2. Основы современного брендинга.</p>		Подготовка презентаций Конспектирование
<p><i>Тема 4. Принципы создания товарного знака.</i> История товарных знаков. Формирование товарного знака. Регистрация товарного знака. Типы неймов. Порядок разработки нейма.</p>		Подготовка презентаций Конспектирование
<p><i>Тема 5. Экспертиза товарного знака.</i> Методы лингвистической экспертизы товарных знаков. Исследование звукового сходства. Исследование семантического сходства.</p>		Подготовка к устному опросу Доклад Конспектирование

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Исследование ассоциативного сходства.		

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

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.

Конспектирование представляет собой один из способов развития способности и потребности к самостоятельному творчеству и планомерной работе над учебниками, учебными пособиями, монографиями, периодической литературой. Конспект – это особый вид вторичного текста, в основе которого лежит аналитико-синтетическая переработка информации, содержащейся в исходном тексте. Конспект дает возможность проверить, насколько студент ориентируется в теме, умеет ли выявлять, систематизировать и обобщать информацию. Добросовестно написанный тематический интегральный конспект в сочетании с немалым объемом знаний позволяет дать ответ на поставленный вопрос-тему.

При изучении курса студентам рекомендуется подготовить реферат, представляющий собой краткое сочинение по одной из предложенных тем. Подготовка реферата позволяет студентам приобрести навыки в поисках и изучении источников литературы, самостоятельного анализа темы, проявить творческий характер ее разработки и выразить собственное суждение на проблему, основанное на актуальности подхода к ее рассмотрению. Студент может предложить собственную тему реферата, относящуюся к проблематике курса, согласовав ее с преподавателем. Основная литература приведена в списке, дополнительную – по теме реферата – можно получить у преподавателя на консультации.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

Обучение по дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические занятия) и самостоятельной работы студентов.

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации	Обзорная лекция	Опрос, выполнение практических	Не предусмотрено

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
		заданий с элементами дискуссии	
Тема 2. Виды нейминга.	Обзорная лекция	Опрос, выполнение практических заданий с элементами дискуссии	Не предусмотрено
Тема 3. Основные принципы нейминга различных видов.	Обзорная лекция	Опрос, выполнение практических заданий с элементами дискуссии	Не предусмотрено
Тема 4. Принципы создания товарного знака.	Лекция-диалог	Опрос, выполнение практических заданий с элементами дискуссии	Не предусмотрено
Тема 5. Экспертиза товарного знака.	Лекция-диалог	Опрос, выполнение практических заданий с элементами дискуссии	Не предусмотрено

В случае необходимости учебные занятия по дисциплине (модулю) могут проводиться с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) интерактивном взаимодействии обучающихся и преподавателя в режимах online и (или) offline в формах видеоконференции, собеседования в режиме форума, чата, выполнения виртуальных практических и (или) лабораторных работ и др.

6.2. Информационные технологии

- использование возможностей интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление обучающихся с оценками и т. д.));
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронных библиотек, журналов и т. д.) как источников информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения семинаров с использованием презентаций и т. д.);
- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть,

т. е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);

– 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

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-Zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
<p>Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com <i>Имя пользователя: AstrGU</i> <i>Пароль: AstrGU</i></p>
<p>Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов www.polpred.com</p>
<p>Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» https://library.asu.edu.ru/catalog/</p>
<p>Электронный каталог «Научные журналы АГУ» https://journal.asu.edu.ru/</p>
<p>Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. http://mars.arbicon.ru</p>
<p>Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское</p>

Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.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 данной 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 разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемый раздел, тема дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1. Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации	УК-4, ОПК-1	Устный опрос Практическое задание
Тема 2. Виды нейминга.	УК-4, ОПК-1	Устный опрос Практическое задание
Тема 3. Основные принципы нейминга различных видов.	УК-4, ОПК-1	Устный опрос Практическое задание Контрольная работа
Тема 4. Принципы создания товарного знака.	УК-4, ОПК-1	Устный опрос Практическое задание
Тема 5. Экспертиза товарного знака.	УК-4, ОПК-1	Устный опрос Практическое задание Доклад

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	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное

«хорошо»	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 и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

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

Вопросы для обсуждения:

Понятие нейминга.

Роль и местонейминга в системе массовой коммуникации.

Нейминг как составляющая брендинга.

Практическое задание

- Нейминг-пространство г. Астрахань.

- Особенности нейминга продуктовых магазинов г.Астрахань.

- Подготовьте сообщения, посвященные истории названий известных СМИ, тв-программ, радиопередач, медиапроектов.

Тема 2. Виды нейминга.

Вопросы для обсуждения:

Коммерческий нейминг,Евент-нейминг.

Нейминг в спорте.

Медианейминг.

Нейминг в фармацевтике.

Другие виды нейминга.

Практическое задание

- Нейминг-пространство г. Астрахань.
- Особенности нейминга магазинов одежды г.Астрахань.
- Предложить название будущего медиапроекта.
- Вы хотите, чтобы название обязательно включало или каким-то образом обыгрывало ваши фамилию, имя, отчество (хотя бы что-то одно). Придумайте название, соответствующее этим требованиям, опираясь на свои Ф.И.О.

Тема 3. Основные принципы нейминга различных видов.

Вопросы для обсуждения:

Принципы Медианейминга.

Принципы коммерческого нейминга.

Принципы нейминга в спорте.

Принципы политического нейминга.

Практическое задание

- Нейминг-пространство г. Астрахань.
- Нейминг-пространство парикмахерских и салонов красоты г.Астрахань
- Предложить название будущего медиапроекта.

Тема 4. Принципы создания товарного знака.

Вопросы для обсуждения:

История товарных знаков.

Формирование товарного знака.

Регистрация товарного знака.

Практическое задание

- Нейминг-пространство г. Астрахань.
- Нейминг медицинских учреждений г. Астрахань.
- Предложить название будущего медиапроекта.

Тема 5. Экспертиза товарного знака.

Вопросы для обсуждения:

Методы лингвистической экспертизы товарных знаков.

Исследование звукового сходства.

Исследование семантического сходства.

Исследование ассоциативного сходства.

Практическое задание

- Нейминг-пространство г. Астрахань.
- Специфика нейминга рекламных агентств г. Астрахань.
- Предложить название будущего медиапроекта.

Темы контрольных работ

1. Что такое нейминг? Каковы его функции?
2. Каковы лингвофилософские основы нейминга?
3. Расскажите о видах коммерческих названий.
4. Охарактеризуйте основные критерии выбора названия.
5. Какова роль вокализма в нейминге?
6. Что такое фоносемантика? Какое значение она имеет для нейминга?
7. Расскажите о роли поэтики в искусстве наименования.
8. Какое место занимают личные имена и патронимы в нейминге?
9. Каковы особенности использования фамилий, родовых названий и прозвищ в нейминге?
10. Каковы функции фольклорно-мифологических и литературных имен, использующихся в качестве неймов?
11. Расскажите об историко-культурных антропонимах в нейминге.
12. Расскажите об антропонимах-гиперонимах в нейминге.

13. Каковы особенности использования топонимов в качестве названий?
14. Какие виды названий, связанных с явлениями природы, вы знаете?
15. Какие лексико-семантические способы словообразования наиболее распространены в современном русском нейминге?
16. Охарактеризуйте активно используемые морфологические способы словообразования в русском нейминге.
17. Какова роль лексико-синтаксического словообразования в нейминге?
18. Охарактеризуйте нейм как языковой жанр.

Темы рефератов/докладов

1. Понятие нейминга.
2. Функции нейма.
3. Лингвофилософские основы нейминга.
4. Виды неймов.
5. Критерии отбора названия.
6. Роль вокализма в нейминге.
7. Фоносемантика и нейминг.
8. Поэтика неймов.
9. Личные имена и патронимы в нейминге.
10. Фамилии и родовые названия. Прозвища. Фольклорно-мифологические и литературные имена.
11. Историко-культурные антропонимы.
12. Антропонимы-гиперонимы в нейминге.
13. Топонимы в нейминге.
14. Названия, связанные с явлениями природы.

Перечень вопросов к зачету

1. Понятие коммерческой номинации. Место коммерческой номинации в системе номинации.
2. Виды коммерческой номинации.
3. Функции коммерческой номинации.
4. Коммерческая номинация и рекламный текст. Соотношение понятий.
5. Коммерческая номинация и товарный знак.
6. Коммерческая номинация и бренд. Соотношение понятий.
7. Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации.
8. Стихийность и закономерность современной коммерческой номинации.
9. Методы изучения эффективности коммерческой номинации.
10. Основные этапы развития нейминга за рубежом.
11. Становление нейминга в России.
12. Для чего нужен сильный бренд?
13. Процесс создание успешных брендов.
14. Интеграция маркетинговых ресурсов, как важная составляющая успеха бренда.
15. Нейминговые концепции, как основа стратегии развития бренда.
16. Историческая эволюция брендов: бренд как клеймо; бренд как маркетинговое понятие.
17. Классификации брендов по категориям.
18. Факторы, влияющие на потенциальные возможности имени бренда.
19. Ценности бренда и их влияние на потребителя.
20. Стратегический подход в нейминге.
21. Современная семиотика в нейминге.
22. Основные модели словообразования и лексические особенности русскоязычного нейминга.

Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

Таблица 9.Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
<p>Код и наименование проверяемой компетенции УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>				

№ 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	10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			простота, чтобы потенциальный покупатель легко запомнил продукт.	
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 Банк. Или издательство МИФ: Манн, Иванов и Фербер.	5
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	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		в) ассонанс г) резонанс		
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
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 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	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			<p>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».</p> <p>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.</p>	
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

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

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

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

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1.	Выступления в ходе устного опроса	5/6	30	
2.	Практическое задание	5/8	40	
3.	Контрольная работа	1/10	10	
4.	Доклад	1/10	10	
Всего			90	
Блок бонусов				
5.	Посещение занятий	0-2	2	
6.	Своевременное выполнение всех заданий	0-3	3	
7.	Выполнение иных заданий в ходе практического занятия	0-5	5	
Всего			10	-
ИТОГО			100	-

Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-2,5
Нарушение учебной дисциплины	-2,5
Неготовность к занятию	-2,5
Пропуск занятия без уважительной причины	-2,5

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)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69		
60–64	3 (удовлетворительно)	Не зачтено
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: [16+]/А.М. Годин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 184 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>
2. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник/М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва : Юнити, 2015. – 559 с. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697>

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. — С. 176. — 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. <URL: <https://e.lanbook.com/book/92353>>

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

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований. www.studentlibrary.ru. *Регистрация с компьютеров АГУ*
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>
Учетная запись образовательного портала АГУ
3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные аудитории, библиотеки АГУ, компьютерные классы, мультимедийные аудитории. Программное обеспечение: Microsoft Office.

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

Рабочая программа дисциплины 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. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; 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).