

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета психологии

  
Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

**Фонд оценочных средств по дисциплине**

**Семиотика рекламы и связей с общественностью**

по направлению подготовки/специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки:

**«Работа с социальными медиа»**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Бакалавр**

Год приема

**2023**

Томск – 2023

**Фонд оценочных средств (ФОС)** является элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе ее формирования.

ФОС разрабатывается в соответствии с рабочей программой (РП) дисциплины «Семиотика рекламы и связей с общественностью», включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по настоящей дисциплине.

### 1. Паспорт оценочных средств

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Работа с социальными медиа»

Семестр изучения: 7 семестр

Форма (формы) текущего контроля: практические задания.

Форма проведения промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по десятибалльной системе.

### 2. Компетенции, закрепленные за дисциплиной и результаты обучения

Наименование категории (групп) компетенций	Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
Универсальные компетенции Межкультурное взаимодействие	<b>УК-5</b> Способен учитывать разнообразие и мультикультурность общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах при межличностном и межгрупповом взаимодействии	<b>ИУК-5.2</b> Интерпретирует разнообразие и мультикультурность современного общества с позиции этики и философских знаний	<b>РО-ИУК-5.2</b> Обучающийся: - умеет устанавливать связи между смысловой интерпретацией текста и используемыми выразительными средствами с учетом многообразия знаковых систем (языков) культуры и полиинтерпретативной природы знаков в мультикультурном обществе.
Общепрофессиональные компетенции Общество и государство	<b>ОПК-2</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных	<b>ИОПК-2.3</b> Владеет навыками анализа, разработки и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов и	<b>РО-ИОПК-2.3</b> – Обучающийся: <b>РО-ИОПК-2.3.1</b> – знаком с понятиями культурный/идеологический код и принципами его

	институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медiateкстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационн ых продуктах	(или) коммуникационных продуктов	функционирования в медиадискурсе;  <b>РО-ИОПК-2.3.2</b> – умеет выделять актуальные культурные/идеологические коды в медиа- и рекламном дискурсе;  <b>РО-ИОПК-2.3.3-</b> владеет навыками семиотического анализа рекламного текста, а также навыками анализа приемов мифодизайна в медиа- и коммуникационных продуктах.
Общепрофессио нальные компетенции  Культура	<b>ОПК-3</b> Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационн ых продуктов	<b>ИОПК-3.1</b> Знает и демонстрирует навыки применения знаний принципов формирования художественно- образных систем различных видов искусства в процессе создания медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>РО - ИОПК-3.1.</b> Обучающийся: - осознает важность учета многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медiateкстов и (или) медиа- и/или коммуникационных продуктов.
		<b>ИОПК-3.3</b> Способен при разработке идеи, концепта, содержания и структуры медiateкстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов) использовать интертекст, ассоциативные отсылки	<b>РО – ИОПК – 3.3.</b> Обучающийся: <b>РО-ИОПК – 3.3.1</b> - понимает потенциал семиотических теорий и семиотического подхода в контексте разработки идей, концептов, содержания и структуры медиа- и коммуникационных продуктов; <b>РО-ИОПК– 3.3.2</b> - умеет применять семиотический подход к разработке идей, концептов, содержания и структуры медиа- и

		к культурным объектам и знакам отечественной и мировой культуры	коммуникационных продуктов; РО-ИОПК – 3.3.3 - способен выбирать эффективные выразительные средства для создания медиа- и коммуникационных продуктов, используя интертекст, ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам отечественной и мировой культуры.
--	--	---	--

### 3. Критерии оценивания результатов обучения

В качестве уровней сформированности компетенций обучающихся в результате освоения дисциплины выделяются следующие:

1. Допороговый уровень (далее – неудовлетворительно).
2. Пороговый уровень (далее - удовлетворительно)
3. Базовый уровень (далее – хорошо)
4. Продвинутый уровень (далее – отлично)

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
			Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
<b>УК-5</b> Способен учитывать разнообразие и мультикультурность общества в социально-историческом, этическом	<b>ИУК-5.2</b> Интерпретирует разнообразие и мультикультурность современного общества с позиции этики и	<b>РО-ИУК-5.2</b> Обучающийся: - умеет устанавливать связи между смысловой интерпретацией текста и используемыми выразительными средствами с учетом многообразия знаковых систем	Отсутствие знания, умения, навыка	Идентификация знания, умения, навыка	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация	Успешная и систематическая демонстрация знания, умения, применения навыка

и философском контекстах при межличностном и межгрупповом взаимодействии	философских знаний	(языков) культуры и полиинтерпретативной природы знаков в мультикультурном обществе.			знания, умения, применения навыка	
<b>ОПК-2</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах, и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<b>ИОПК-2.3</b> Владеет навыками анализа, разработки и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов	<b>РО-ИОПК-2.3 –</b> Обучающийся: <b>РО-ИОПК-2.3.1 –</b> знаком с понятиями культурный/идеологический код и принципами его функционирования в медиадискурсе;  <b>РО-ИОПК-2.3.2 –</b> умеет выделять актуальные культурные/идеологические коды в медиа- и рекламном дискурсе;  <b>РО-ИОПК-2.3.3-</b> владеет навыками семиотического анализа рекламного текста, а также навыками анализа приемов мифодизайна в медиа- и коммуникационных продуктах.	Отсутствие знания, умения, навыка	Идентификация знания, умения, навыка	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания, умения, применения навыка	Успешная и систематическая демонстрация знания, умения, применения навыка
<b>ОПК-3</b> Способен использовать	<b>ИОПК-3.1</b> Знает и демонстрирует навыки	<b>РО - ИОПК-3.1.</b> Обучающийся: - осознает важность	Отсутствие знания, умения,	Идентификация знания,	В целом успешная, но	Успешная и систематическая

<p>многообразиие достижений и отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>применения знаний принципов формирования художественно- образных систем различных видов искусства в процессе создания медиапродуктов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>учета многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов и (или) медиа- и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p>навыка</p>	<p>умения, навыка</p>	<p>сопрово ждающа яся отдельн ыми ошибка ми демонст рация знания, умения, примене ния навыка</p>	<p>ческая демонстр ация знания, умения, применен ия навыка</p>
	<p>ИОПК-3.3 Способен при разработке идеи, концепта, содержания и структуры медиапродуктов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов) использовать интертекст, ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам отечествен</p>	<p>РО – ИОПК – 3.3. Обучающийся: РО-ИОПК – 3.3.1 - понимает потенциал семиотических теорий и семиотического подхода в контексте разработки идей, концептов, содержания и структуры медиа- и коммуникационных продуктов; РО-ИОПК– 3.3.2 - умеет применять семиотический подход к разработке идей, концептов, содержания и структуры медиа- и коммуникационных продуктов; РО-ИОПК – 3.3.3 - способен выбирать эффективные выразительные средства для</p>	<p>Отсутств ие знания, умения, навыка</p>	<p>Иденти фикация знания, умения, навыка</p>	<p>В целом успешна я, но сопрово ждающа яся отдельн ыми ошибка ми демонст рация знания, умения, примене ния навыка</p>	<p>Успешная и системати ческая демонстр ация знания, умения, применен ия навыка</p>

	ной и мировой культуры	и создания медиа- и коммуникационных продуктов, используя интертекст, ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам отечественной и мировой культуры.				
--	------------------------	--	--	--	--	--

#### 4 . Оценочные средства для проведения текущего контроля

Текущий контроль проводится регулярно на практических занятиях с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины)	Код и наименование результатов обучения	Вид оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)	Вес задания, промежуточной аттестации
Семиотика как междисциплинарная наука. Развитие семиотических идей	РО - ИОПК-3.1 РО-ИОПК – 3.3.1	Доклад с презентацией	0,2
Функционирование знаковых систем и «текстов» культуры в рекламной и PR-коммуникации	РО-ИУК-5.2 РО - ИОПК-3.1  РО-ИОПК– 3.3.2 РО-ИОПК – 3.3.3	Практическое задание	0,2
Семиотический дизайн рекламного и PR-текста	РО-ИУК-5.2  РО-ИОПК-2.3.1 РО-ИОПК-2.3.2  РО-ИОПК-2.3.3	Практическое задание	0,2
Зачет	РО-ИУК-5.2 РО - ИОПК-3.1 РО-ИОПК– 3.3 РО-ИОПК-2.3	Вопросы к зачету с оценкой	0,4

## 4.1 Содержание оценочных средств

### Раздел 1

#### Задание № 1

##### Доклад с презентацией «Семиотические исследования XX века»

Семиотика - междисциплинарная наука. Появление в XX веке целостных семиотических теорий Ч. Пирса и Ф. де Соссюра актуализировало интерес к знаку, знаковым системам, семиотике в целом ряда исследователей из самых разных областей социо-гуманитарного знания. Все вместе они "проработали" различные проблемные поля семиотики, поэтому могут по праву называться учеными-семиотиками (несмотря на то, что кто-то из них был литературовед, кто-то этнограф, а кто-то философ или психоаналитик). Нужно подготовить доклад-презентацию (можно два-три докладчика с одним выступлением).

##### **Требования к заданию:**

- 10 минут на доклад
- обязательная электронная презентация
- краткие факты из биографии, самые интересные, запоминающиеся
- изложение сути одной из его "семиотических" работ, знакомство нас с его ключевыми понятиями.
- в последнем пункте доклада и презентации представьте ИЛЛЮСТРАЦИЮ того, как идею, теорию, метод, принципы или закономерности, описанный автором могут быть применены на практике (в ПР или рекламе), или как предложенными принципами можно руководствоваться в своей профессиональной деятельности (показать прикладное значение идеи).

##### **Темы докладов и необходимая литература:**

- Ролан Барт «Мифологии» (Барт Р. Мифологии. Пер. с франц., вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. М.: Изд-во им. Сабашниковых: 2000. – 314 с., есть в НБ)
- Ролан Барт «Система моды. Статьи по семиотике культуры» (Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт; пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина. М.: Изд-во им. Сабашниковых: 2003. – 511 с., есть в НБ)
- Ролан Барт «Camera Lucida» (М. 1997, есть в НБ)
- Ю.М. Лотман «Семиосфера: Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров» (Ю.М. Лотман Семиосфера: Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров / Ю.М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПб, 2010, есть в НБ)
- Ю. И. Левин «Лозунги как семиотическая система» (см также «Избранные труды. Поэтика. Семиотика – есть в НБ; Заметки о семиотике лозунгов)
- Школа русских формалистов: Виктор Шкловский «Искусство как прием» (статья, см. в сборниках в НБ)
- В. Я. Пропп «Морфология волшебной сказки» (Пропп В.Я. Морфология волшебной сказки. – М., 2009. - 126 с. Есть в НБ)
- Л.С. Выготский «Мышление и речь» (Выготский Л.С. Мышление и речь. – М., 2013. электр. вариант в НБ)
- Жан Бодрийяр «Система вещей» (Бодрийяр Ж. Система вещей. Пер. с фр. и сопров. ст. Зенкина С. Н.: Рудомино: 1999. – 218 с. Есть в НБ )
- Жан Бодрийяр Символический обмен и смерть (Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. Пер. с фр. С.Н. Зенкина. М.: «Добросвет»: 2009. – 389 с. Есть в НБ)
- Умберто Эко «Отсутствующая структура. Введение в семиологию» (Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум: 2004. – 538 с. Есть в НБ)

### Раздел 2

#### Задание № 2

## **Практическое задание-исследование с презентацией по теме "Многообразие знаковых систем (языков) культуры и их коммуникативный потенциал в рекламе и PR"**

Наш родной язык – одна из знаковых систем среди множества других знаковых систем (языков) культуры. Не только естественные языки (русский, английский и т.д.), но и другие языки культуры используем мы в повседневной коммуникации (например, язык жестов, мимики, этикет, костюм и др.). В массовой коммуникации (в том числе, в маркетинговых коммуникациях) мы наблюдаем использование всего спектра знаковых систем, которые известны человечеству (системы цветов, звуков, различных видов искусства и пр.).

1) Задание выполняем по 2-3 человека. Готовим презентацию (не менее 10 слайдов). Выбираем одну из знаковых систем. 2) Представляем знаковую систему, какие знаки ее образуют. Какое отличие между знаками этой системы, как (чем) мы это отличие улавливаем. Что образует код этой знаковой системы (в аспекте семантики, код как связь между чувственно воспринимаемым знаком и значением; в аспекте синтактики, код как правила сочетания знаков в системе, в аспекте прагматики, код как "подсказка", какую коннотацию нам в данный момент выбрать) 3) Каковы выразительные средства этой знаковой системы (что дает значение - сам знак, их сочетание, их какая-то особая комбинация), с примерами (пока можно не из рекламы) 4) Как выразительные средства знаковой системы применяются в рекламной и PR-коммуникации (примеры). Анализируя текст рекламы или PR-послания определите - что в сообщении является планом выражения (как раз это должны быть знаки этой знаковой системы), а что является планом содержания (значениями, смыслами, которые транслируются в данном сообщении). 5) На последнем слайде - список литературы и электронных ресурсов, которые использовались при подготовке задания (оформляем правильно).

### **Раздел 3**

#### **Задание № 3**

#### **Практическое задание по теме «Семиотический анализ рекламного текста»**

1) В команде 2-3 человека приготовить пример рекламного текста (плакат, фото баннера, рекламный модуль в журнале), принести с собой на занятие цифровой вариант (фото, скан, слайд). 2) Проанализировать рекламные сообщения, опираясь на одну из моделей семиотического анализа рекламы (по Р. Барту или по У. Эко).

Литература: Барт Р. Избранные работы семиотика, поэтика. Пер. с фр., сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова; Ред. В.Д. Мазо. М.: Издат. группа «Прогресс», «Универс», «Рея»: 1994. – 615 с. (Статья "Риторика образа"); Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. Ред. М.Г. Ермакова. Пер. кн. А.Г. Погоняйло, В.Г. Резник. СПб.: Петрополис: 1998. – 430 с. (раздел Б. Некоторые пояснения: реклама)

### **5. Критерии оценивания результатов текущей аттестации**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проверки практических заданий и доклада и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Критерии оценки за доклад с презентацией:

0 баллов – студент не подготовил доклад.

1 балла – студент не раскрывает тему, не демонстрирует навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не служит визуальной опорой для доклада, не содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; не может ответить на вопросы.

2 балла – студент не раскрывает тему, не демонстрирует навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не служит визуальной опорой для доклада, не содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; не может ответить на вопросы.

3 балла – студент слабо раскрывает тему, не демонстрирует навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не служит визуальной опорой для доклада, не содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; не может ответить на вопросы.

4 балла – студент не раскрывает тему, страдает навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не всегда служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; не может ответить на вопросы.

5 баллов – студент не в полной мере демонстрирует умение раскрыть тему, страдает навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация не всегда служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, отсутствует список источников; отвечает на дополнительные вопросы неуверенно.

6 баллов – студент не в полной мере демонстрирует умение раскрыть тему, страдает навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, список источников; отвечает на дополнительные вопросы неуверенно.

7 баллов – студент демонстрирует умение раскрыть тему, но страдает навык стройного и ясного изложения материала и/или умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, список источников; отвечает на дополнительные вопросы.

8 баллов – студент демонстрирует умение раскрыть тему, навык стройного и ясного изложения материала, умение удерживать внимание слушателей; электронная презентация служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, список источников; уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

9 баллов – студент демонстрирует умение глубоко раскрыть тему, стройно и ясно излагает материал, удерживает внимание слушателей; электронная презентация служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, иллюстрации, список источников; уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

10 баллов - студент глубоко раскрывает тему, стройно и ясно излагает материал, удерживает внимание слушателей, проявляет творческий подход к презентации доклада; электронная презентация служит визуальной опорой для доклада, содержит основные тезисы доклада, оригинальные иллюстрации, список источников; уверенно отвечает на дополнительные вопросы.

Критерии оценки за выполнение практических заданий:

0 баллов – на занятии отсутствовал, задание не выполнено.

1 балл – на занятии присутствовал, но задание, в целом, выполнено неправильно, оформление не соответствует требованиям.

2 балла – презентация подготовлена, но задание выполнено правильно лишь частично, оформление не соответствует большинству требований.

3 балла – презентация подготовлена, задание выполнено правильно наполовину, оформление лишь частично соответствует требованиям.

4 балла - презентация подготовлена, задание в целом выполнено, есть серьезные замечания, оформление соответствует не всем требованиям.

5 баллов - презентация подготовлена, есть замечания к содержанию и оформлению.

6 баллов – презентация подготовлена, задание выполнено, есть незначительные замечания к содержанию и оформлению, студент слабо ориентируется в материале при ответе на вопросы.

7 баллов - презентация подготовлена, выполнение задания и оформление результатов в целом соответствует требованиям, могут быть незначительные замечания к содержанию или оформлению, студент слабо ориентируется в материале при ответе на вопросы.

8 баллов – презентация подготовлена на высоком уровне, выполнение задания и оформление результатов в полной мере соответствует требованиям, студент ориентируется в материале при ответе на вопросы.

9 баллов - презентация подготовлена на высоком уровне, при выполнении задания и оформлении результатов проявляется творческая (или исследовательская) позиция студента (при соблюдении формальных требований), студент хорошо ориентируется в материале при ответе на вопросы.

10 баллов – презентация подготовлена на высоком уровне, выполнение задания и оформление результатов отличаются творческим, оригинальным подходом (при соблюдении формальных требований), студент свободно ориентируется в материале при ответе на вопросы.

## **6. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

### **6.1 Порядок проведения промежуточной аттестации**

**Оценка за курс** складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам зачета с оценкой. Оценка выставляется при условии, что итоговая оценка студента - не менее 4 баллов.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – баллы, полученные за задания и умноженные на 0,6 (макс. 6)

- итоговый балл, полученный за работу непосредственно на зачете – балл от 1 до 10 (где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично), умноженный на 0,4.

Максимальный совокупный балл, который может получить студент за работу в семестре и успешно пройденную промежуточную аттестацию – 10 баллов.

**Зачет с оценкой в седьмом семестре** проводится в устной форме по билетам. Билет содержит теоретический и практический вопрос (примеры, кейсы). Продолжительность зачета 1,5 часа (на одну группу). Студент допускается к сдаче зачета при условии выполнения/сдачи практических заданий текущего контроля.

## 6.2 Типовые вопросы к зачету с оценкой

1. Семиотика как наука: предмет, основные понятия, методы.
2. Основные понятия семиотики: знак, знаковая система, знаковая ситуация (семиозис) с упоминанием теоретиков, рассматривающих в своих работах эти понятия
3. Основные понятия семиотики: текст, понимание, интерпретация с упоминанием теоретиков, рассматривающих в своих работах эти понятия
3. Основные понятия семиотики: денотат, коннотация, код с упоминанием теоретиков, рассматривающих в своих работах эти понятия
4. Восприятие и интерпретация текст: роль установки, уровни восприятия и интерпретации
5. Классики семиотики. Краткий обзор (Ч. Пирс, Ф. де Соссюр, Ч. Моррис)
6. Семиотическая теория Ч. Пирса (семиотический треугольник Пирса, типология знаков)
7. Семиотическая теория Ф. де Соссюра (язык-речь, знак как психическая реальность)
8. Семиотика Ч. Морриса (интерпретатор как участник семиозиса, выделение 3 аспектов семиотики - синтактика, семантика, прагматика)
9. Возможности иконических, индексальных и символических знаков в рекламе (можно с примерами)
10. Уровни интерпретации визуального ряда рекламного сообщения у У. Эко (иконический, иконографический, уровень тропов/риторических фигур)
11. Уровень топосов и энтимем в интерпретации рекламного сообщения (У. Эко)
12. Понятие идеологии в семиотической концепции У. Эко. Идеология "общества потребления" в рекламном дискурсе (сначала надо разобраться с понятием дискурс, потом почитать о специфике рекламного дискурса).
13. Культурный код Клотера Рапая: понятие культурного кода, метод исследования, применение его метода в МК.
14. Понятие креолизованного текста. Реклама как креолизованный текст. Возможности вербальных и невербальных средств знаковых систем (языков) культуры.
16. Мифодизайн в рекламе: возможности и инструменты мифодизайна (авторы, концепции, психологические основания – краткий обзор)
17. Аудиореклама как креолизованный текст. Звуковые коды рекламы.
18. Коммуникативный потенциал стиля. Понятие стиля, примеры стилей и стилевых направлений (с характеристикой выразительных средств).
19. Семиотика делового костюма. Стратегия и тактика формирования габитарного имиджа в деловой сфере.
20. Цвет как знак: психологические и символические аспекты. Возможности цвета в рекламе.

В качестве материала для практических вопросов используются примеры рекламных текстов, в которых необходимо обозначить тип знаков, показать функционирование знаков в контексте семантики, синтактики и прагматики, обозначить денотат и коннотации, описать выразительную роль отдельных знаков и знаковых систем, обнаружить интертекстуальные отсылки к культурным объектам и знакам отечественной и мировой культуры и пр.

## 6.3 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

Критерии оценивания результатов обучения приведены в таблице 3 и детализированы критериями оценивания результатов промежуточной аттестации детализированы в п. 6.4.

### 6.4. Критерии оценки вопросов к зачету.

Результаты зачета определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Критерии оценки:<sup>1</sup>

10-8 баллов (отлично) выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает свою позицию, делает собственные выводы. Практический пример пояснен полно и детально.

7-5 баллов (хорошо) выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Пример практического задания пояснен на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам.

4-2 балла (удовлетворительно) выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практического задания.

1-0 баллов (неудовлетворительно) выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Практическое задание выполнить не может.

ФОС составил: И.В. Гужова, к. филос.н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

ФОС одобрен на заседании УМК

Протокол от 20.06.2023

---

<sup>1</sup> Оценивание производится в десятибалльной системе, где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично.