

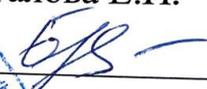
Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 03.10.2023 17:15:40  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.

  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ  
ФАКУЛЬТЕТ  
Тверской государственной  
университет  
2023 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

**Нейминг**

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 3 курса очной формы обучения

Составитель: д.ф.н., проф. Бушев А. Б.



Тверь, 2023

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины является: формирование у студентов необходимой базы теоретических знаний и практических навыков в сфере нейминга как теоретической и практической дисциплины, а также специфической технологии (предбрендинг).

Задачами освоения дисциплины являются: рассмотрение нейминга как науки и технологии, изучение лингвофилософских, семиотических, социолингвистических и лингвокультурных основ нейминга, системы русского языка как основы нейминга, формирование навыков творческого подхода к организации процесса нейминга.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Учебная дисциплина «Нейминг» входит в блок дисциплин по выбору, формирующих углубленное изучение профессиональных компетенций вариативной части учебного плана. Дисциплина развивает и углубляет знания и навыки, полученные в курсе копирайтинга, делая акцент на проектную составляющую формирования профессиональных компетенций. В курсе «Нейминг» рассматривается типология рекламного имени, основные принципы номинации и способы создания рекламного имени, важнейшие характеристики эффективного рекламного имени, методика разработки рекламного имени, рекламное имя в логотипе, важнейшие средства создания образа торговой марки, способы включения рекламного имени в текст, методика структурного анализа рекламного обращения, представляется схема анализа рекламного имени, схема анализа логотипа, схема структурного анализа рекламного обращения.

**Уровень начальной подготовки** обучающегося для успешного освоения дисциплины «Нейминг»: знать основные правила русского языка, уметь излагать свои мысли устно и письменно, обладать адекватной уровню высшего учебного

заведения грамотностью; иметь представление об ономастике; обладать хорошими знаниями стилистики и культуры речи; уметь аргументированно доказывать свое мнение.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен: знать основные способы номинации; уметь самостоятельно разрабатывать рекламные наименования в соответствии с поставленными задачами; уметь грамотно и рационально использовать в рекламном тексте разработанные наименования; уметь анализировать рекламные обращения, выявлять их сильные и слабые стороны.

### **3. Объем дисциплины:**

3 зачетных единицы, 108 академических часов, **в том числе**

**контактная работа:** практические занятия 15 часов, лабораторные работы 30 часов, **самостоятельная работа:** 63 часа.

### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.
ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
--	---

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – зачет, 6 семестр.**

**6. Язык преподавания русский.**

**II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самост. работа (час.)
		Лабор. работы	Практ. (семинарские)	
Тема 1. Классификация рекламного имени, способы создания и принципы номинации.	10	1	2	7
Тема 2. Параметры, обеспечивающие эффективность нейма.	10	1	2	7
Тема 3. Технологии разработки нейма.	10	1	2	7
Тема 4. Логотип в рекламном имени.	13	2	4	7
Тема 5. Нейм в рекламном тексте.	13	2	4	7
Тема 6. Структурный анализ рекламного обращения	13	2	4	7
Тема 7. Текст рекламного обращения.	13	2	4	7

Тема 8. Алгоритм создания рекламного продукта.	13	2	4	7
Тема 9. Бриф и творческая платформа рекламного обращения	13	2	4	7
Контроль:	0			
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>63</b>

### **III. Образовательные технологии**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
<b>Модуль «Генерация нейма»</b>		
<i>Тема 1.</i>	практическое занятие	Фасилитированная дискуссия
<i>Тема 2.</i>	практическое занятие	Дискуссия, Мозговой штурм
<i>Тема 3.</i>	Лабораторная работа	Информационные технологии (создание презентации)
<b>Модуль «Нейм и логотип в рекламном тексте»</b>		
<i>Тема 4.</i>	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия Работа с редкими книгами
<i>Тема 5</i>	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия

<i>Тема 6</i>	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
<b>Модуль «Бриф и рекламный продукт»</b>		
<i>Тема 7</i>	практическое занятие	Игровые технологии (деловая игра) Метод развивающей кооперации
<i>Тема 8</i>	практическое занятие	Информационные технологии Фасилитированная дискуссия
<i>Тема 9</i>	практическое занятие	Тренинг Метод case-study

#### **IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации**

##### **Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 1**

##### **УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач**

<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>	<b>Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)</b>	<b>Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания</b>
УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.	Проектная деятельность Самостоятельное создание нескольких вариантов оригинальных коммерческих названий по предложенному брифу	«5» -представлены все основные источники, достаточно подробно «4» - охарактеризованы все основные источники «3» -есть недочеты в оформлении «2» -список не полон, но задание выполнено «1» - поиск хаотичен

## Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 2

ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
<p>ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Исследовательская работа (кейс): Фирма выпускает сливочное мороженое с орехами «Подснежник». Планируется выпуск «Подснежника» со следующими добавками: шоколадом, джемом, вафельной крошкой. Назовите каждый вид мороженого, сохраняя связь с «Подснежником», и придумайте слоган, общий для всех видов мороженого.</p> <p>Устный ответ</p> <p><b>Практическое занятие № 6</b>  <b>Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система.</b>          Цель занятия: сформировать представление о риторических основах нейминга; рассмотреть роль нейма в создании «аргументирующего» слогана.</p> <p>План занятия</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нейм как языковой жанр.</li> <li>2. Качества речи и риторические двусмысленности в нейминге.</li> <li>3. Аргументация рекламных слоганов.</li> <li>4. Фигуры речи в нейминге.</li> </ol>	<p>-освещены и верно решены все основные задачи, поставленные в работе; корректно использован понятийный аппарат; продемонстрирован большой лексический запас, логичность и ясность изложения – 5 баллов</p> <p>-выделены/решены не все или не представлены в развернутом виде основные задачи, поставленные в тексте; допущенные ошибки в терминах и в использовании базовых структур и лексических единиц не затрудняют понимание – 3 балла</p> <p>-ответ не включает или неверно интерпретирует значительную часть задач текста; бедный словарный запас и однообразные речевые структуры не позволяют адекватно выразить идею; большое количество ошибок затрудняет понимание – 1 балл</p> <p>выполнено неверно – 0 баллов</p>
	<p>Продемонстрировать умение представить исследовательский проект в</p>	<p>-Соответствие заголовка содержанию; приоритет визуальных средств (фото, графики, схемы,</p>

	форме электронной презентации.	диаграммы); фон, мешающий восприятию текста -3 балла -Композиционная связность, логичность изложения, соответствие ответа поставленной проблеме, полнота исполнения – 5 баллов
--	--------------------------------	---

### Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 3

ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Проектная деятельность: <i>Создать название, слоган.</i> Компания производит фруктовые соки. Ассортимент типичный. На фоне конкурентов товар не выделяется ни ценой, ни качеством. Придумайте оригинальное название и рекламный слоган с использованием названия данной продукции. Написание исследовательской работы на тему: «Специфика нейминга рекламных агентств г. Твери»	-раскрыта проблемы на теоретическом уровне, с корректным использованием профессиональных понятий в контексте ответа – 2 балла; -представлена аргументированная собственная точка зрения (позиции, отношения) – 2 балла; -представлена собственная точка зрения, но не аргументирована – 1 балл; -внутреннее смысловое единство, соответствие теме – 2 балла; -соблюдены правила орфографической, пунктуационной, стилистической культуры – 1 балл; -соблюдены требования к объёму – 1 балл.
	Различные виды деятельности рефлексии. Составление граф-схемы механизмов нейминга	-демонстрирует владение навыками анализа и степени оценки эффективности общения и

		<p>умеет использовать их – 3 балла</p> <p>- демонстрирует владение некоторыми навыками анализа и степени оценки эффективности общения и умеет использовать их с 2-3 погрешностями, исправляемыми при участии преподавателя - 2 балла</p> <p>– навыки сформированы неполно и непоследовательно неполно или непоследовательно, но есть общее понимание вопроса и демонстрация умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала - 1 балл</p> <p>-не определяет/ не использует -0 баллов.</p>
--	--	---

**Оценочные материалы для проверки сформированности компетенций**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

**Компетенция УК-1**

**Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач**

*Задания закрытого типа*

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание вопроса/задания</b>	<b>Правильный ответ (ключ)</b>	<b>Критерии оценивания заданий</b>
1	<p><b>Верно ли утверждение: «Рекламный слоган - рекламная фраза, которая включает в себе главную информацию о предложении компании. Слоган представляет собой короткое рекламное сообщение, которое обычно состоит всего из нескольких слов. Такая фраза должна быть яркой, броской, цепляющей, хорошо запоминающейся»?</b></p> <p>а) да; б) нет</p>	а) да	<p><b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>

2	Верно ли утверждение: «Фигуры речи - термин риторики и стилистики, обозначающий различные речевые конструкции, которые придают речи стилистическую значимость, образность и выразительность, изменяют её эмоциональную окраску»? а) да; б) нет	а) да	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).  <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
---	--	-------	--

### *Задания открытого типа*

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	«Отцом» - основателем жанра плаката считается_____.	<b>Жюль Шере</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.  <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).
2	Информационная революция, связанная с изобретением печатного станка, обязана своим появлением деятельности_____	<b>Иоанна Гуттенберга</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.  <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).

### Компетенция ПК-3

**Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта**

### *Задания закрытого типа*

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	<b>Нейминг – это:</b> а) процесс разработки названия бренда для компании, товара или услуги, важнейшая часть маркетинговой стратегии компании, неотъемлемая часть позиционирования бренда; б) направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение	<b>а) процесс разработки названия бренда для компании, товара или услуги, важнейшая часть маркетинговой стратегии компании, неотъемлемая часть</b>	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).  <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).

	<p>информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования или поддержания интереса к нему;</p> <p>в) технологии создания и внедрения при общественно-экономических и политических системах конкуренции образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации — фирмы, бренда) в ценностный ряд социальной группы, с целью закрепления этого образа как идеального и необходимого в жизни;</p> <p>г) организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации</p>	<b>позиционирования бренда</b>	
2	<p><b>Ассоциативный нейминг:</b></p> <p>а) предполагает формирование имен различными типами сокращений от буквенно-цифровых, до корневых сокращений ("АВВУУ");</p> <p>б) использование ассоциативного ряда (слова), связанного с объектом нейминга;</p> <p>в) нейминг, предполагающий использование придуманных и фантазийных названий, которые ничего конкретно не обозначают</p>	<b>б) использование ассоциативного ряда (слова), связанного с объектом нейминга</b>	<p><b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>

### *Задания открытого типа*

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание вопроса/задания</b>	<b>Правильный ответ (ключ)</b>	<b>Критерии оценивания заданий</b>
1	Если название бренда может подбираться с подстраиванием под название аналогичного продукта у ведущей компании на рынке, то этот метод нейминга называется_____.	<b>эталонный</b>	<p><b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
2	Нередко специалисты останавливаются на использовании сокращений, включающих в себя буквы, цифры (или все вместе), а также сочетание корней нескольких слов.	<b>аббревиатурный</b>	<p><b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p>

	Этот метод нейминга называется_____.	<b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).
--	--------------------------------------	---

## **Планы семинарских занятий. Самостоятельная работа.**

### **ПРАКТИКУМ (лабораторные занятия)**

#### **Практическое занятие № 1**

##### **Понятие и сущность нейминга.**

Цель занятия: сформировать представление о нейминге как сфере деятельности; усвоить основные понятия нейминга

План занятия.

1. Понятие нейминга. Функции нейма.
2. Лингвофилософские основы нейминга.
3. Виды неймов.
4. Критерии отбора названия.

#### **Практическое занятие № 2**

##### **Система русского языка как основа русского нейминга.**

Цель занятия: сформировать представление о языковых основах коммерческого названия.

План занятия.

1. Уровни языка.
2. Внешний и внутренний нейминг.
3. Основные тенденции нейминг-моделирования.
4. Прямой и непрямой нейминг.

#### **Практическое занятие № 3**

##### **Фонетика коммерческих названий.**

Цель занятия: сформировать представление об особенностях русской фонетической системы и усвоить и зависимости восприятия нейма от его фонетической составляющей

### План занятия

1. Фонетический строй русского языка. Система гласных звуков. Система согласных звуков.
2. Роль вокализма в нейминге.
3. Фоносемантика и нейминг.
4. Поэтика неймов.

### **Практическое занятие № 4**

#### **Ономастика русского нейминга.**

Цель занятия: рассмотреть особенности лексической стороны русского нейминга.

### План занятия

1. Личные имена и патронимы в нейминге.
2. Фамилии и родовые названия. Прозвища.
3. Фольклорно-мифологические и литературные имена.
4. Историко-культурные антропонимы.
5. Антропонимы-гиперонимы в нейминге.
6. Топонимы в нейминге.
7. Названия, связанные с явлениями природы.

### **Практическое занятие № 5**

#### **Словообразование коммерческих названий.**

Цель занятия: рассмотреть основные словообразовательные способы создания коммерческих названий.

### План занятия

1. Лексико-семантические способы словообразования в нейминге.
  - а) Семантическая онимизация.
  - б) Семантическая трансонимизация.
  - в) Заимствование.
2. Морфологические способы словообразования в русском нейминге.

- а) Аффиксация.
- б) Плюрализация в нейминге.
- в) Словосложение.
- г) Аббревиация в нейминге.
- д) Усечение.
- е) Эллиптирование.
- ё) Телескопия.

### 3. Лексико-синтаксическое словообразование в нейминге.

- а) Сращение.
- б) Сегментация.
- в) Нумерализация.
- г) Каламбур.
- д) Стилизация в нейминге.

## **Практическое занятие № 6**

### **Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система.**

Цель занятия: сформировать представление о риторических основах нейминга; рассмотреть роль нейма в создании «аргументирующего» слогана.

#### План занятия

1. Нейм как языковой жанр.
2. Качества речи и риторические двусмысленности в нейминге.
3. Аргументация рекламных слоганов.
4. Фигуры речи в нейминге.

## **Практическое занятие № 7**

### **Нейминг в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах.**

Цель занятия: уяснить необходимость учета социолингвистического и лингвокультурологического критериев при создании нейма.

### План занятия

1. Нейминг и языковая норма.
2. Нейминг и социосемантика.
3. Пространственная ось нейминга.
4. Интегральная схема.
5. Временная ось.

### **Практическое занятие № 8**

#### **Творческая лаборатория организации процесса нейминга.**

Цель занятия: раскрыть методологию работы по созданию нейма.

### План занятия

1. Этапы процесса создания нейма. Маркетинг и правовая экспертиза в нейминге.
2. Генерация названия: брейн-сторм.
3. Фильтрация названий.
4. Создание нейма как часть брендинга.

### **Практическое занятие № 9**

#### **Проблема эффективности коммерческих названий.**

Цель занятия: усвоить понятие эффективности нейма; охарактеризовать основные критерии создания эффективного нейма.

### План занятия

1. Теория мотивации и эффективность нейма.
2. Коммуникативная и коммерческая эффективность нейма.
3. Критерии создания эффективного нейма
4. Проведение письменного теста.

### **Практическое занятие № 10**

#### **Нейминг-пространство г. Твери**

Цель занятия: раскрыть особенности коммерческих названий г. Твери

#### План занятия

Защита студентами результатов исследовательской работы по проблемам регионального нейминга.

### **Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Изучение дисциплины предполагает следующие виды самостоятельной работы студентов в течение семестра:

- выполнение исследовательской работы;
- работа над творческими заданиями;
- подготовка реферата

Каждому студенту необходимо иметь в виду, что самостоятельная подготовка учитывается преподавателем как во время учебного семестра, так и во время сессии. Например, в случае добросовестного и грамотного выполнения самостоятельной работы студент может быть поощрен преподавателем в ходе проведения зачета. Лучшие работы (сообщения и рефераты) могут быть доработаны студентом и рекомендованы преподавателем для их опубликования в сборниках научных студенческих работ или в других научных изданиях, либо выдвинуты на конкурсы научных студенческих работ.

#### **Подготовка исследовательской работы**

Выполнение исследовательской работы складывается из нескольких этапов: изучение литературы по избранной теме, накопление и обработка фактического материала, написание работы, защита результатов работы на практическом занятии.

**Тематика исследовательских работ** представлена региональным компонентом. Для исследования предлагаются следующие темы (студент может предложить свою тему с другим объектом исследования):

1. Особенности нейминга продуктовых магазинов г. Твери;

2. Особенности нейминга тверских магазинов одежды;
3. Нейминг сферы риелтерских услуг г. Твери;
4. Нейминг-пространство тверских парикмахерских и салонов красоты;
5. Нейминг тверской сферы автобизнеса;
6. Нейминг медицинских учреждений г. Твери;
7. Специфика нейминга рекламных агентств г. Твери;
8. Особенности регионального нейминга в сфере юридических услуг;
9. Особенности нейминга коммерческих образовательных учреждений г. Твери;
10. Нейминг-пространство региональной сферы строительства;
11. Нейминг-модели тверских зоомагазинов и ветеринарных клиник;
12. Нейминг-модели названий кондитерских изделий;
13. Мороженое как объект нейминга.

Выполнение работы подразумевает сбор материала исследования (названий товаров /организаций по предложенной теме) с последующим его анализом. Студенту необходимо составить перечень неймов по избранной тематике и рассмотреть их с позиций фонетики, лексикологии, словообразования, морфологии, выявив общие тенденции и существующие различия. План анализа может быть следующим:

- 1) обзор типов неймов. Необходимо оценить, какими типами представлены неймы (описательные названия, образные названия, абстрактные названия, названия по источнику происхождения), какой тип преобладает и почему;
- 2) характеристика моделей неймов. Следует рассмотреть, узуальным или окказиональным словом представлен нейм, каким словообразовательным способом он был создан. Необходимо проанализировать, есть ли тенденция к использованию каких-либо определенных моделей в данной сфере нейминга;
- 3) оценка уместности и адекватности рассматриваемых неймов. Следует оценить фонетическую составляющую неймов (благозвучно ли название?),

психолингвистическую составляющую (отсутствуют ли негативные ассоциации?); целесообразно ли использование конкретного нейма для номинации данного товара/услуги.

Исследовательская работа должна быть представлена в письменном виде и защищена устно во время последних практических занятий. Примерный объем работы – 5-7 страниц.

### **Подготовка рефератов.**

По некоторым темам дисциплины предлагается провести теоретическое исследование и результаты отразить в реферате. Для выполнения учебной программы достаточно подготовить один реферат.

Реферируемые книги, журнальные статьи, научные отчеты должны соответствовать изучаемой теме или всей дисциплине.

#### *Этапы подготовки и написания реферата*

##### *1. Выбор темы*

В начале семестра преподаватель проводит среди студентов распределение тем рефератов и определяет сроки их защиты. У каждого студента должно быть достаточно времени, чтобы собрать литературу, продумать план, написать, а затем усовершенствовать первоначальный вариант работы.

Тематика реферата определяется в соответствии с учебной программой, с учётом интересов и склонностей студентов. Таким образом, студенту, как правило, предоставляется самостоятельный выбор темы в рамках изучаемого предмета.

Выбор одинаковых тем рефератов двумя или несколькими студентами одной и той же группы не рекомендуется.

##### *2. Составление библиографии и изучение литературы.*

Чтобы отобрать необходимую для написания реферата литературу, студенту нужно самостоятельно или вместе с преподавателем составить предварительный план реферата. В плане определяются основные

направления развития поставленной проблемы и структура будущей работы. В плане реферата отражаются основные ключевые моменты, которые в дальнейшем будут рассмотрены в ходе его выполнения.

После этого студент приступает к изучению подобранной литературы. Это могут быть монография, статьи, брошюры, материалы периодической печати. Изучая литературу, студент должен усвоить научные понятия, термины, научиться отбирать нужные тезисы, факты, цифры и другие материалы. Обычно достаточно познакомиться с 2-3 работами, чтобы составить своё мнение по выбранной теме, составить план и приступить к написанию реферата.

### *Написание реферата*

Структура реферата включает в себя вводную часть, основную часть, заключение, приложения и список использованной литературы.

В вводной части (введении) следует раскрыть цели и задачи, раскрыть общую изученность темы и используемую литературу.

Основная часть посвящена непосредственно теме реферата. В ней раскрывается непосредственно объект и предмет исследования. Если при подборе материала студент сталкивается с тем, что в литературе нет единой точки зрения на рассматриваемую проблему, то нужно привести основные, наиболее интересные точки зрения разных авторов и дать им свою оценку, что повышает ценность реферата.

Статистический, цифровой материал должен обосновывать и иллюстрировать мнения и выводы автора. Не следует перегружать реферат цифрами, излишними расчетами, громоздкими таблицами (при большом объеме их лучше разместить в приложении реферата), так как это отвлекает от возможности понять основные узлы темы и связь между ними.

В заключении реферата делаются сначала выводы по каждому подпункту, а затем итоговый вывод по работе, а также в заключении должно быть показано, насколько решены поставленные задачи.

При написании реферата и оформлении его необходимо знать ряд обязательных требований:

- объём – от 10 до 20 страниц;
- ясность и грамотность изложения;
- логичность в подаче материала;
- соблюдение абзацев;
- цитатный материал имеет точные указания на источник в подстрочных сносках (фамилия, инициалы автора, название работы, место и год издания; для журнала – номер и год издания);
- точное цитирование, все цитаты заключаются в кавычки, при цитировании можно опустить одно или несколько слов, заменив их многоточием, если при этом не нарушается общий смысл высказывания;
- соблюдение единства условных обозначений и допускаемых сокращений слов;
- список использованной литературы приводится в алфавитном порядке, сначала русскоязычные, затем – источники на иностранных языках.

#### *Примерная структура учебного (обзорного) реферата*

##### 1. Введение

- Актуальность темы, степень ее разработанности, история вопроса и другое.
- Сведения об авторах и статьях, посвященных данной теме.

##### 2. Основная часть

- Параллельное изложение общих для всех работ проблем с сопоставлением позиций авторов.
- Изложение проблем, не являющихся общими для всех работ.
- Указание на сходство (различие) в материале, подходах, методах рассмотрения проблемы.

##### 3. Заключение

- Обобщение основных идей, содержащихся в реферируемых работах.

### **Работа над творческим (проектным) заданием**

Творческое задание состоит в самостоятельном создании нескольких вариантов оригинальных коммерческих названий по предложенному брифу. При выполнении творческого задания необходимо использовать не только теоретические знания по теме задания, но и личный социальный опыт, творческий подход к оценке коммуникативных процессов.

### **Работа с теоретическими материалами**

Изучение дисциплины следует начинать с проработки тематического плана лекций, уделяя особое внимание структуре и содержанию темы и основных понятий.

Изучение «сложных» тем следует начинать с составления логической схемы основных понятий, категорий, связей между ними. Целесообразно прибегнуть к классификации материала, в частности при изучении тем, в которых присутствует большое количество незнакомых понятий, категорий, теорий, концепций, либо насыщенных информацией типологического характера.

Студенты должны составлять конспекты лекций, систематически готовиться к практическим занятиям, вести глоссарий и быть готовы ответить на контрольные вопросы в ходе лекций и аудиторных занятий. Успешное освоение программы курса предполагает прочтение ряда оригинальных работ и выполнение практических заданий.

### **Подготовка и выполнение лабораторных заданий**

По каждой теме дисциплины предлагаются вопросы и практические задания. Перед выполнением заданий изучите теорию вопроса, предполагаемого к исследованию. Помимо литературы по проблемам собственно нейминга, брендинга и рекламы, полезными окажутся

лингвистические работы по ономастике, словообразованию, психолингвистике.

При выполнении творческих заданий необходимо обращаться к словарям русского языка. При выполнении вопросно-ответных заданий студент может в письменной форме фиксировать свой вариант ответа на тот или иной вопрос.

**Примерные тестовые задания для итогового контроля по курсу  
«Нейминг»**

1. Как называется профессиональная деятельность, связанная с созданием оригинального и запоминающегося названия для компании или товара?

2. Установите соответствие:

1. Нейм	б) обозначение, способное отличать товары от товаров конкурентов
2. Номен	а) единичное имя; название товара, услуги, предприятия и т.п.
3. Товарный знак	в) номенклатурное название изделия, продукта и т.п.

3. Критериями эффективного нейма являются:

- а) мнемоничность
- б) отсутствие отрицательных ассоциаций
- в) однословность
- г) максимальная концентрация связей с объектом наименования

4. Установите соответствие:

1. Эргоним	а) конкурс «Краса Белогорья»
2. Прагматоним	б) шоколад «Аленка»
3. Геортоним	в) банк «Петрокоммерц»

5. Укажите неймы-топонимы

- а) автомобиль «Лада»

- б) автомобиль «Волга»
- в) сосиски «Венские»
- г) пельмени «Сам Самыч»
- д) парикмахерская «Людмила»

6. Критериями охраноспособности нейма являются:

- а) нейм не должен содержать прямого названия товара (например, магазин хлебо-булочных изделий «Хлеб»)
- б) нейм не должен содержать слов на иностранном языке
- в) нейм не должен содержать цифр
- г) название не должно быть зарегистрировано в текущей базе Роспатента

7. Наименование предприятия, фирмы, государственного учреждения и т.д. –

---

8. Стратегия нейминг-вокализма, заключающаяся в нарочитом уподоблении гласных (ресторан «Шарабан») называется:

- а) аналогия
- б) аллитерация
- в) ассонанс
- г) резонанс

9. Фонетический прием, заключающийся в повторении одинаковых или однородных согласных звуков, называется:

- а) редукция
- б) аллитерация
- в) ассонанс
- г) диссонанс

10. Направление в лингвистике, предполагающее, что вокальные звуки, фонемы могут нести смысл сами по себе, –

---

11. Наиболее древний и наиболее частотный в мировом нейминге способ создания нейма – это:

- а) нейм-каламбур

- б) нейм - название животного
- в) нейм-топоним
- г) нейм-фамилия

12. Строение слова путем подчеркнутого расподобления звуков называется \_\_\_\_\_.

13. Укажите неймы, созданные словосложением:

- а) «Доктор Крофт»
- б) «Книгомир»
- в) «Спортмастер»
- г) «МТС»

14. Названия «КамАЗ», «Белэкспоцентр», «МТС» образованы способом:

- а) сложение
- б) суффиксация
- в) телескопия
- г) аббревиация

15. Установите правильную последовательность этапов создания нейма

1	определение роли названия в формировании бренда
2	установка фильтров и критериев, которым должно соответствовать название
3	анализ существующих имен и концепций
4	генерирование вариантов названия
5	тестирование
6	анализ и фильтрация названий
7	проверка на патентную чистоту

16. В слоган обязательно нужно включать название товара в тех случаях, когда:

- а) рекламируется новый товар

- б) товар давно известен на рынке
- в) планируется длительная рекламная кампания с использованием различных средств распространения рекламы
- г) слоган представлен рифмованными фразами

17. Установите соответствие способов создания неймов:

Нумерализация	«Мебельград»
Аффиксация	«Погребок»
Сращение	«Избушка-кормушка»
Сложение	«777»

## Вопросы для самоконтроля и практические задания к семинарам

### Практическое занятие № 1

#### Понятие и сущность нейминга.

Вопросы для подготовки

1. Что такое нейминг? Каковы его функции?
2. Каковы лингвофилософские основы нейминга?
3. Расскажите о видах коммерческих названий.
4. Охарактеризуйте основные критерии выбора названия.

#### Задания

1. Подготовьте сообщения, посвященные истории названий известных брендов (выберите по 5-8 названий для каждой темы (см., например, п.1 в списке литературы)):

- 1) Происхождение названий фирм – производителей электронной техники;
- 2) Происхождение имён спортивных брендов;
- 3) Этимология названий косметических брендов.

### Практическое занятие № 2

#### Система русского языка как основа русского нейминга.

Вопросы для подготовки

1. Каковы уровни языка?
2. В чем различие внутреннего и внешнего нейминга?

3. Охарактеризуйте современные тенденции нейминг-моделирования.
4. Что такое прямой и непрямой нейминг?

### **Практическое занятие № 3**

#### **Фонетика коммерческих названий.**

Вопросы для подготовки

1. Какова роль вокализма в нейминге?
2. Что такое фоносемантика? Какое значение она имеет для нейминга?
3. Расскажите о роли поэтики в искусстве наименования.

Задания.

1. Оцените с позиции фонетики следующие неймы:
  - стоматологическая клиника «Доктор Крофт»;
  - туристическое агентство «Бест тур»;
  - студия красоты «Ид»;
  - салон красоты «Красуля»;
  - служба организации похорон «Звонница»;
  - кафе «Пятниццо»;
  - кафе «Ваниль»;
2. Приведите примеры неблагозвучных и, наоборот, удачных, с точки зрения фонетики, названий, встретившихся вам в Тверской области. Мотивируйте свой ответ.

### **Практическое занятие № 4**

#### **Ономастика русского нейминга.**

Вопросы для подготовки

1. Какое место занимают личные имена и патронимы в нейминге?
2. Каковы особенности использования фамилий, родовых названий и прозвищ в нейминге?
3. Каковы функции фольклорно-мифологических и литературных имен, использующихся в качестве неймов?
4. Расскажите об историко-культурных антропонимах в нейминге.
5. Расскажите об антропонимах-гиперонимах в нейминге.

6. Каковы особенности использования топонимов в качестве названий?

7. Какие виды названий, связанных с явлениями природы, вы знаете?

#### Задание

Вы открываете собственный торговый дом. Будучи человеком тщеславным, вы хотите, чтобы название торгового дома 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.

### **Практическое занятие № 5**

#### **Словообразование коммерческих названий.**

##### Вопросы для подготовки

1. Какие лексико-семантические способы словообразования наиболее распространены в современном русском нейминге?
2. Охарактеризуйте активно использующиеся морфологические способы словообразования в русском нейминге.
3. Какова роль лексико-синтаксического словообразования в нейминге?

#### Задание

1. Фирма выпускает сливочное мороженое с орехами «Подснежник». Планируется выпуск «Подснежника» со следующими добавками: шоколадом, джемом, вафельной крошкой. Назовите каждый вид мороженого, сохраняя связь с «Подснежником», и придумайте слоган, общий для всех видов мороженого.
2. Меню экспресс-кафе: горячие бутерброды, картофель фри, молочные коктейли, газированные напитки и т.п. Посетители в основном студенты. Придумайте название кафе, слоган и название фирменного блюда – куриный шашлык с картошкой фри под сметанным соусом.

### **Практическое занятие № 6**

#### **Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система.**

##### Вопросы для подготовки

1. Охарактеризуйте нейм как языковой жанр.
2. Риторика в нейминге, на ваш взгляд, манипуляция сознанием потребителя или необходимая фигуративность?
2. Каковы качества речи и риторические двусмысленности нейминга?
3. Расскажите об особенностях аргументации в рекламных слоганах.
4. Какие фигуры речи используются в нейминге?

#### Задание

1. Компания производит фруктовые соки. Ассортимент типичный. На фоне конкурентов товар не выделяется ни ценой, ни качеством. Придумайте оригинальное название и рекламный слоган с использованием названия данной продукции.
2. Придумайте название для комплекса витаминов и минералов. Попробуйте сочинить рекламный слоган в виде рифмовки, включающий название препарата и делающий акцент на приливе бодрости, улучшении самочувствия как результате приема данного комплекса.

### **Практическое занятие № 7**

#### **Нейминг в социолингвистическом и лингвокультурологическом аспектах.**

#### Вопросы для подготовки

1. Какова специфика русских социолектов? Что ее определяет?
2. Какова роль культуры речи в социосемантике?
3. Охарактеризуйте пространственную ось нейминга.
4. Расскажите об интегральной схеме в нейминге.
5. Охарактеризуйте временную ось нейминга.

#### Задание

Магазин торгует посудой и сувенирами русских народных промыслов. В нем есть четыре отдела, которые торгуют: первый – хохломой, второй – гжелью, третий – берестяными изделиями, четвертый – дымковскими игрушками. Дайте название магазину каждому отделу и придумайте общий слоган.

### **Практическое занятие № 8**

## **Творческая лаборатория организации процесса нейминга.**

### **Вопросы для подготовки**

1. Каковы основные этапы создания нейма?
2. Дайте характеристику основному методу нейминга – мозговому штурму.
3. Через какие «фильтры» должно пройти название?
4. Какова роль нейма в создании бренда?

### **Практическое занятие № 9**

#### **Проблема эффективности коммерческих названий.**

### **Вопросы для подготовки**

1. Как соотносятся понятия мотивированности и эффективности нейма?
2. Что понимают под коммуникативной и коммерческой эффективностью нейма?
3. Каковы критерии создания эффективного нейма?

### **Задание**

1. Продумайте вопросы для анкеты, позволяющей выявить коммуникативную эффективность нейма.
2. Подготовьтесь к выполнению письменного теста по материалу изученного курса. Повторите основные понятия, термины и их определения.

### **Примерный список тем рефератов:**

1. Функционирование нейма в рекламном тексте.
2. Нейм и рекламный слоган.
3. Нейм и товарный знак.
4. Национальная специфика современного нейминга.
5. История изучения коммерческих названий.
6. Языковые особенности современных коммерческих названий.
7. Методики исследования эффективности коммерческих названий.
8. Восприятие коммерческого названия.
9. Переход коммерческого названия в прецедентный феномен.

10. Функционирование неймов в публицистических и художественных текстах.
11. Судебные споры, связанные с товарными знаками.
12. Эволюция взглядов на рекламное название в современной ономастике.
13. Стихийное и закономерное в современных коммерческих названиях.

Аттестационная исследовательская работа является обязательной работой студента в рамках изучаемой дисциплины и является основанием для аттестации студента по практическим занятиям.

1. Аттестационная работа выполняется в виде презентации и/ или реферата по выбранной теме.
- 2.3. За период обучения необходимо подготовить не менее 2 аттестационных работ (2 презентаций или 2 рефератов).
4. Темы презентаций выбираются из представленного преподавателем списка или предлагаются студентом самостоятельно по темам дисциплины и согласовываются с преподавателем.
5. После утверждения темы презентации она не меняется.
6. Презентация готовится в формате Power Point, объемом 12-18 слайдов, раскрывающих данную тему.
7. Презентация и реферат присылаются электронными файлами на почту преподавателя
8. На 1-ом слайде - название работы, исполнитель (ФИО, группа), преподаватель - ФИО, уч. звание, степень.
9. На 2-ом слайде дается содержание работы (4-6 пунктов).
10. На последнем слайде указаны использованные источники и интернет-ссылки.
11. В презентации приветствуются тематическая графика, логотипы, диаграммы, фото, иллюстрации и таблицы.

12.Имя электронного файла должно содержать дату, тему, ФИО студента, группу.

13.Для оформления слайдов желательно не использовать темный или яркий цветной фон и текст на выворотке (белый на темном).

14. Не использовать мелкий шрифт

### **Примерная тематика аттестационных работ**

#### **Примерный список тем исследовательских работ.**

1. Особенности нейминга продуктовых магазинов г. Твери; 2. Особенности нейминга тверских магазинов одежды;
3. Нейминг сферы риелтерских услуг г. Твери;
4. Нейминг-пространство региональных парикмахерских и салонов красоты;
5. Нейминг тверской сферы автобизнеса;
6. Нейминг медицинских учреждений;
7. Специфика нейминга рекламных агентств г. Твери;
8. Особенности регионального нейминга в сфере юридических услуг;
9. Особенности нейминга коммерческих образовательных учреждений г. Твери;
10. Нейминг-пространство региональной сферы строительства;
11. Нейминг-модели белгородских зоомагазинов и ветеринарных клиник;
12. Нейминг-модели названий кондитерских изделий;
13. Мороженое как объект нейминга (на примере продукции белгородского хладокомбината).

### **V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **1) Рекомендуемая литература**

##### **Основная литература:**

Луговой Д.Б. Копирайтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Луговой Д.Б.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017.— 131 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75579.html>.— ЭБС «IPRbooks»

##### **Дополнительная литература:**

Судоргина З. Копирайтинг [Электронный ресурс]: тексты, которые продаются/  
Судоргина З.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.— 282 с.—  
Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58953.html>.— ЭБС «IPRbooks2) Программное  
обеспечение

а) Лицензионное программное обеспечение

KasperskyEndpointSecurity 10 для Windows – Акт на передачу прав  
№2129 от 25 октября 2016 г.

MicrosoftOffice профессиональный плюс 2013 - Акт приема-передачи  
№ 369 от 21 июля 2017

MicrosoftWindows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21  
июля 2017

б) Свободно распространяемое программное обеспечение

AdobeAcrobatReader DC – бесплатно

GIMP 2.6.12-2 – бесплатно

GlassFishServerOpenSourceEdition 4.1.1 – бесплатно

GoogleChrome – бесплатно

NetBeans IDE – бесплатно

SmartGit – бесплатно

WinDjView 2.0.2 - бесплатно

3) Современные профессиональные базы данных и информационные  
справочные системы

1. ЭБС «ZNANIUM.COM» - [www.znanium.com](http://www.znanium.com)

2. ЭБС «ЮРАИТ» - [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>

4. ЭБС IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/>

5. ЭБС «Лань» - <http://e.lanbook.com>

6. ЭБС BOOK.ru - <https://www.book.ru/>

7. ЭБС ТвГУ - <http://megapro.tversu.ru/megapro/Web>

8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) -  
[https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp?](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?)

9. Репозиторий ТвГУ - <http://eprints.tversu.ru>
10. Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://diss.rsl.ru/>
11. Журналы издательства Taylor&Francis - <http://tandfonline.com/>
12. Патентная база компании QUESTEL- ORBIT - <https://www.orbit.com/>
13. INSPEC EBSCO Publishing -  
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/basic?sid=e7fb50ae1091-42b7-9d26-43e3a1eb4f4d%40sessionmgr102&vid=0&hid=107>
14. БД Scopus - <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>
15. БД Web of Science -  
[http://apps.webofknowledge.com/WOS\\_GeneralSearch\\_input.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgnjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=](http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgnjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=)
16. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда -  
<http://lib.myilibrary.com/Browse.aspx>
17. Архивы журналов издательства Oxford University Press -  
<http://archive.neicon.ru/xmlui/>
18. Архивы журналов издательства Sage Publication - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
19. Архивы журналов издательства Annual Reviews - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
20. Polpred.com Обзор СМИ - <http://www.polpred.com/>
21. СПС Консультант Плюс - (в сети ТвГУ)
22. ИПС «Законодательство России» - <http://pravo.fso.gov.ru/ips.html>
23. Сводные каталоги фондов российских библиотек АРБИКОН, МАРС -  
<http://arbicon.ru/>
24. Сводные каталоги фондов российских библиотек КОРБИС -  
<http://corbis.tverlib.ru/catalog/>.

4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация коммуникативных агентств России АКАР

2.<http://www.advertology.ru/>- портал об отрасли

3.<http://www.socreklama.ru/> - соцреклама

4.<http://www.sovetnik.ru/> - PR

### **Специализированные ресурсы:**

Эффективная реклама. Примеры (база слоганов): [http://www.eso-online.ru/kolleksiya\\_reklamy/udachnye\\_primery\\_reklamy\\_skoro/](http://www.eso-online.ru/kolleksiya_reklamy/udachnye_primery_reklamy_skoro/)

«Знаете слово?»: <http://math.msu.ru/~apentus/znaete/>

«Ономастикой. Русские и советские фамилии»: <http://babr.ru/autor/family/>

«Искусство метафоры»: <http://metaphor.narod.ru/>

«Словарь молодежного сленга»: <http://teenslang.su>

Русский язык: справочно-информационный портал: Официальные документы, мониторинг культуры речи, информация о существующих словарях и энциклопедиях русского языка, работы по русистике, учебники и т.д. Словари он-лайн. <http://www.gramota.ru>

Словари русского языка: <http://www.slovari.ru/start.aspx?s=0&p=3050>

СловОнлайн - *словари русского языка* Даля, Ожегова, Ушакова, Ефремовой и др.: <http://slovonline.ru/>

Словарь географических названий: [http://www.diclib.com/cgi-bin/d1.cgi?l=ru&base=geo\\_rus&page=showindex](http://www.diclib.com/cgi-bin/d1.cgi?l=ru&base=geo_rus&page=showindex)

## **VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

Понятие нейминга. Функции нейма. Лингвофилософские основы нейминга.

2. Виды коммерческих названий.

3. Критерии отбора названия.

4. Система русского языка как основа русского нейминга. Нейминг и «дом русского языка». Основные тенденции нейминг-моделирования. Нейминг прямой и непрямой.

5. Фонетика нейминга. Вокализм гласных. Консонантизм согласных.

6. Аллитерация, мнемоника и фоносемантика в нейминге. Музыкальная поэтика русского нейминга.
7. Ономастика коммерческих названий. Личные имена, патронимы и фамилии в нейминге.
8. Фольклорно-мифологические и литературные имена. Историко-культурные антропонимы в нейминге.
9. Топонимы в нейминге.
10. Лексико-семантические способы образования названий.
11. Морфологические способы образования названий.
12. Лексико-синтаксические способы создания неймов.
13. Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система. Нейм как языковой жанр. Аргументация. Фигуры: основные модели.
14. Нейминг в аспекте социолингвистики. Нейминг и языковая норма. Нейминг и социосемантика.
15. Нейминг в пространстве и времени лингвокультуры. Пространственная ось. Интегральная схема. Временная ось.
16. Нейминг-тропика. Современные концепции тропики.
17. Этапы создания нейма
18. Мозговой штурм как метод создания коммерческого названия.
19. Процесс фильтрации названий как этап нейминга.
20. Бренд и нейминг.

### **Принципы и критерии оценки на семинарах**

Преподаватель оценивает не только усвоение материала лекций, но и работу студентов на лекциях и семинарских занятиях. Учитывается:

- Активность студента – его участие в обсуждении и разборе примеров, готовность задавать вопросы по теме курса и искать ответы на них самостоятельно или вместе с преподавателем.

- Успешность действий студента при освоении им (при работе в аудитории) базовых знаний и навыков, необходимых для получения системного представления о профессии.
- Успешность действий студента при освоении им практики составления поисковых запросов для различных систем
- Усвоение материала предыдущей лекции или семинара оценивается от 1 до 3 баллов. Активное участие студента в аудиторной работе на каждом из занятий оценивается также 1-3 баллами. Таким образом, суммарная максимально возможная оценка за аудиторную работу для каждого из занятий составляет 3 балл.

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студентов:

- Активность в выполнении домашнего задания (использование возможности двух консультаций с преподавателем, предоставление промежуточных результатов работы на ознакомление). Общее количество выполненных домашних заданий.
- Правильность выполнения домашнего творческого задания.

Тема задания и его конкретные характеристики задаются преподавателем.

Творческое задание обязательно связано с практикой поиска информации о истории и современном состоянии рекламной и её анализа.

Для выполнения заданий студенту оказываются индивидуальные консультации.

Все задания выполняются студентами последовательно (по мере прохождения обучения) и также последовательно проверяются и разбираются преподавателем на семинарах или в индивидуальном порядке.

В процессе выполнения работ студент должен продемонстрировать:

- усвоение предложенных на лекциях и семинарах знаний;
- умение использовать новые знания на практике.

Оценки для каждой из работ домашнего задания выставляются по следующей схеме:

- Выполнение творческих заданий – от 0 до 8 баллов (политомическая оценка) в зависимости от качества выполнения.
- Контрольная исследовательская работа – от 0 до 5 баллов.

Итоговая суммарная оценка работы осуществляется три раза. Первый раз – перед последним плановым семинаром 1-го модуля (для информирования учащихся об их промежуточных успехах). Второй и третий раз – в период последних двух недель модулей.

Студенты получают домашние задания на общую почту учебной группы, оговариваются сроки выполнения работы.

Выполненное задание отсылается каждым студентом индивидуально (с личного электронного адреса) на адрес преподавателя или сдаётся в напечатанном виде.

Критерии оценки исследовательской работы:

- репрезентативность эмпирического материала (студенту необходимо осуществить как можно более полный охват материала изучаемой сферы);
- полнота анализа;
- наличие выводов о наблюдаемых тенденциях, субъективной оценки изученных материалов.

Высокая оценка исследовательской работы ставится в случае полного соответствия критериям (допускаются незначительные погрешности).

Низкая оценка ставится в случае частичного соответствия работы критериям. Исследовательская работа не считается зачтенной в случае несоответствия критериям.

### **Методические указания по подготовке к практическим (семинарским) занятиям**

**Семинарское занятие** по дисциплине - важнейшая форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов учебной дисциплины. Участие

в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Семинарские и практические занятия, проводимые по основным темам дисциплины в форме свободного обсуждения, имеют целью обобщение и систематизацию знаний, полученных обучающимися в ходе подготовки к занятиям, а также развитие у них самостоятельного мышления, способностей к свободному обмену мнениями, умения найти правильный подход к решению практических задач.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

**При самостоятельной работе по дисциплине рекомендуется:**

- основное внимание уделять усвоению определений базовых понятий и категорий, а также содержания основных проблем;
- не ограничиваться использованием только лекций или учебника и использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка;
- не просто заучивать и запоминать информацию, но понимать ее – понимание существенно экономит время и усилия, и позволяет продуктивно использовать полученные знания;
- использовать профессиональную терминологию в устных ответах, докладах, рефератах и письменных работах – это развивает необходимый навык обращения с понятиями и категориями, способствует их усвоению и позволяет продемонстрировать глубину знаний;
- аргументировано излагать свою точку зрения – корректно и убедительно;

- при подготовке к семинарским занятиям, в устных ответах, докладах и письменных работах выделять необходимую и достаточную информацию;
- изложить подробно и объемно не означает изложить по существу;
- соотносить полученные знания с имеющимися знаниями из других областей науки, в первую очередь, из областей, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

**При работе с литературой рекомендуется:**

- в первую очередь вычленять информацию, относящуюся к конкретным изучаемым темам (по отдельным проблемам или вопросам);
- использовать предметные и именные указатели, содержащиеся во многих учебных и академических изданиях – это существенно сокращает время поисков конкретной информации;

**При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется:**

- ознакомиться с планом темы и перечнем контрольных вопросов к ней – это позволит получить общее представление о рассматриваемых проблемах;
- ознакомиться с учебными материалами по теме (конспекты лекций, учебник, учебно-методические пособия) и определить степень его достаточности;
- выбрать наиболее интересный вопрос (вопросы), по которым предполагается развернутый ответ или активное участие в обсуждении (в норме подробно готовится именно вопрос, показавшийся наиболее интересным, но общее представление о теме и знание базовых положений и определений необходимо и обязательно);
- ознакомиться с доступной (имеющейся в библиотеке или на электронных ресурсах) дополнительной литературой, в случае необходимости или по желанию использовать самостоятельно выбранные источники;
- четко сформулировать основные моменты предполагаемого устного ответа – ответ должен быть связным, целостным и законченным сообщением по конкретному вопросу, а не набором реплик по поводу;

- не ограничиваться заявленными вопросами по теме и попытаться предположить, какие вопросы могут возникнуть по ходу обсуждения темы,
- или сформулировать свои вопросы для обсуждения;
- регулярно готовиться к семинарам, даже если не планируется активное участие в них – регулярная подготовка способствует постепенному и поэтому качественному усвоению курса и существенно облегчает последующую подготовку к экзамену.

### **Рекомендации по оцениванию устных ответов студентов**

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала); – логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

### **Методические указания при подготовке доклада с презентацией**

Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно готовит сообщение на заданную тему и далее на занятии выступает с этим сообщением. Целью докладов является более глубокое изучение дисциплины. Доклад должен быть построен таким образом, чтобы наиболее ярко охарактеризовать выбранную тему и сформировать интерес к её дальнейшему изучению. Обязательным требование является толерантное и корректное изложение материала. Доклад является элементом промежуточной аттестации и оценивается.

При подготовке к докладам необходимо:

- подготовить сообщение, включающее сравнение точек зрения различных авторов;
- сообщение должно содержать анализ точек зрения, изложение собственного мнения или опыта по данному вопросу, примеры;
- вопросы к аудитории, позволяющие оценить степень усвоения материала;
- выделение основных мыслей, так чтобы остальные студенты могли конспектировать сообщение в процессе изложения.

Презентация должна быть лаконичной и соответствовать теме доклада. В приоритете должны быть визуальные средства (фото, графики, схемы, диаграммы).

### **Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям**

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки.

Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать мышление. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и

дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой.

Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой.

### **Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов**

Самостоятельная работа делится на аудиторную (под непосредственным контролем преподавателя) и внеаудиторную. **Основными формами внеаудиторной самостоятельной работы («домашней работы»)** являются: теоретическая подготовка к практическим занятиям (на основе рекомендованной литературы и информационных ресурсов сети Интернет); изучение законодательных норм, выполнение заданий для самостоятельной подготовки, включённых в содержание практических занятий; создание тезауруса курса; подготовка аналитических справок по темам семинаров; подготовка аннотированного обзора литературы по заданной теме.

**Аудиторная самостоятельная работа** включает в себя: выполнение заданий для самостоятельной работы для проверки качества усвоения знаний и последующую самостоятельную работу над указанными преподавателем ошибками в них; участие в работе семинара; самоконтроль и взаимоконтроль выполняемых индивидуальных заданий (оценивание докладов студентов на семинарских занятиях самими студентами).

**Использование консультаций при самостоятельной работе.** Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала, возникли проблемы, разрешить которые самостоятельно не удаётся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. При этом следует формулировать вопросы максимально конкретно.

Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами,

необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Введение в профессию», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

Сформированность компетенций проверяется посредством следующих видов контроля: текущий контроль – опросы, представление докладов, работа на семинарах, оценка выполнения заданий для самостоятельной работы; рейтинговый контроль – создание эссе, выполнение проектной /аттестационной работы; формы промежуточного контроля – экзамен.

**Текущий контроль знаний** используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) студентов. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания студента используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждого практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе).

ФОС для итоговой аттестации обучающихся по дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяет определить качество усвоения изученного материала. Итоговой формой контроля сформированности компетенций у студентов по дисциплине является экзамен.

### **Требования к рейтинг-контролю:**

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» имеет одну точку промежуточного контроля – экзамен. Максимальное количество баллов, которое может получить студент за весь период изучения дисциплины - 60 баллов.

Если студент за весь период изучения дисциплины набирает 40-54 баллов, то получает оценку «удовлетворительно»;

Если студент набирает 55-60 баллов, при подведении итогов семестра в графе экзаменационной ведомости «Премияльные баллы» может быть добавлено 15 баллов и выставлена экзаменационная оценка «хорошо».

Студент, набравший до 39 баллов включительно, сдает экзамен.

Ответ студента на экзамене оценивается суммой до 40 рейтинговых баллов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов, полученных за семестр и суммы баллов, полученных на экзамене. Студенту, который сдает экзамен, премияльные баллы не начисляются.

В университете действует следующая шкала перерасчета рейтинговых баллов для дисциплин, оканчивающихся экзаменом:

От 40 до 69 – «удовлетворительно»;

От 70 до 84 – «хорошо»;

От 85 до 100 – «отлично».

Бальная структура оценки:

Работа на семинарах –от 1 до 3 баллов за ответ (от 18 до 54 баллов)

Творческое задание – до 8 баллов

Проектная деятельность – до 10 баллов.

Самостоятельная внеаудиторная работа — по шкале оценки от 1 до 3 баллов\*  
2 работы (от 2 до 6 баллов)

Аттестационная итоговая работа – до 5 баллов

Всего – от 40 до 100 баллов (итоговая оценка складывается из суммы баллов, полученных студентом в течение семестра за все виды и формы отчётных работ).

## **VII. Материально-техническое обеспечение**

Имеется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для проведения занятий лекционного типа, обеспечивающих тематические иллюстрации.

<b>Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b>
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,	Столы, стулья, переносной ноутбук, переносной мультимедийный проектор, доска аудиторная	AdobeAcrobatReader DC – бесплатно GIMP 2.6.12-2 – бесплатно GlassFishServerOpenSourceEdition 4.1.1 – бесплатно GoogleChrome – бесплатно KasperskyEndpointSecurity 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. MicrosoftOffice профессиональный плюс

Учебная аудитория № 38 (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)		2013 - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 MicrosoftWindows 10 Enterprise - Акт приема- передачи № 369 от 21 июля 2017 NetBeans IDE – бесплатно SmartGit – бесплатно WinDjView 2.0.2 - бесплатно
---	--	--

#### **VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.			
2.			