

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 17.07.2023 13:32:03
Уникальный программный ключ:
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института
экономики и управления АПК
Д.Ф.Н., профессор Л.И. Хоружий



Лист актуализации рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.01.02 Нейминг и нейминговая экспертиза

для подготовки магистров

Направление: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2020 год

Курс 1

Семестр 1

А) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 2022 г. начала подготовки.

Б) Программа будет распространена при организации учебного процесса направленность (профиль) «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Разработчик: Гнездилова Е.В., доцент кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации

«30» августа 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 1 от «28 » августа 2022_г.

И.о. Заведующего кафедрой _____ Гнездилова Е.В.

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий кафедрой
Связей с общественностью
и речевой коммуникации

_____ « » _____ 2022 г.



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»**
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Факультет гуманитарно-педагогический
Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ.
И.о.декана гуманитарно-педагогического
факультета
И.Ф. Кубрушко
« 31 » 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.02 НЕЙМИНГ И НЕЙМИНГОВАЯ ЭКСПЕРТИЗА

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление: 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью"

Направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Курс 1

Семестр 1

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2019

Регистрационный номер _____

Москва, 2020

Разработчики: Бугаева И.В., д.филол.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



«04» 05 2020 г.

Рецензент: Зайцев А.А., к.филол.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



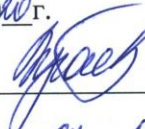
«04» 05 2020 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" и учебного плана.

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 8 от «04» 05 2020 г.

Зав. кафедрой Бугаева И.В., д. филол. н., доцент

(подпись)



«04» 05 2020 г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии гуманитарно-педагогического факультета д.э.н., проф. В.И. Ерёмин



«04» 05 2020 г.

Заведующий выпускающей кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации Бугаева И.В., д. филол. н., доцент



«04» 05 2020 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ



Иванова Л.Л.

(подпись)

Бумажный экземпляр РПД, копии электронных вариантов РПД и оценочных материалов получены:

Методический отдел УМУ

«__» ____ 20__ г

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	5
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ ..	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
ПО СЕМЕСТРАМ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.3 ЛЕКЦИИ/ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	8
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	10
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	10
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	10
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	11
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	13
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ.....	13
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	14
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ	14
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	14
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
Виды и формы отработки пропущенных занятий	15
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.01.02 «Нейминг и нейминговая экспертиза» для подготовки магистра по на-
правлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности: Реклама и
связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины – освоение магистрантами теоретических и прикладных знаний в области ономастики и создания коммерческих наименований, товарных знаков и брендов, знакомство с алгоритмом разработки, лингвистической экспертизы и правовой регистрации товарных знаков и названий разных видов.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью; направленности «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-2.2; ПКос-1.2

Краткое содержание дисциплины: Теоретические основы ономастики и коммерческой номинации. Технологии нейминга. Типология коммерческого наименования, основные принципы номинации и способы создания коммерческих имён. Важнейшие характеристики эффективного коммерческого наименования, методика разработки коммерческих наименований, имя бренда в логотипе. Важнейшие средства создания образа торговой марки, способы включения коммерческого имени в рекламный текст. Методика структурного анализа коммерческих названий. Основы нейминговой экспертизы. Правовые основы нейминговой экспертизы.

Общая трудоемкость дисциплины: 72/2 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет

1. Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» – освоение магистрантами теоретических и прикладных знаний в области ономастики и создания коммерческих наименований, товарных знаков и брендов, знакомство с алгоритмом разработки, лингвистической экспертизы и правовой регистрации товарных знаков и названий разных видов.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Нейминг и нейминговая экспертиза» - дисциплина по выбору вариативной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ.01.02.

Дисциплина «Нейминг и нейминговая экспертиза» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Выставочно-конгрессная деятельности в АПК», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью», «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью».

Особенностью дисциплины является то, что в процессе ее освоения обучающиеся получают системное представление о теории имен собственных применительно к неймингу, а также знакомятся с практикой разработки, экспертной и потребительской проверки, правовой регистрации названий фирм и торговых марок.

Рабочая программа дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	ПКос-1	Способен к руководству подразделением (компанией) в сфере рекламы и связей с общественностью, организации и управлению коммуникационными проектами и мероприятиями	ПКос-1.2 Осуществляет функции организации и управления коммуникационными проектами и мероприятиями, контролирует и оценивает их эффективность	Основы символического нейминга и стратегического нейминга; Современное законодательство в области патентования и регистрации товарных знаков; Процедуру проведения экспертной и потребительской проверки неймов и правила организации экспертиз; Методику проведения количественных и качественных исследований эффективности названий	Разрабатывать эффективные названия с применением новых и креативных технологий; Проводить экспертную и патентную экспертизу названий	Навыками создания названий фирм и торговых марок; Навыками проведения экспертной, патентной и потребительской экспертизы
2	ПКос-2	Способен к проектированию программ продвижения и коммуникационных мероприятий на основе анализа рынка и маркетингового коммуникационного пространства	ПКос-2.2 Разрабатывает коммуникационную стратегию компании и проектирует программы продвижения и мероприятия, способствующие увеличению продаж	Способы создания эффективных названий на русском и иностранных языках с учетом фоносемантики, графематики, словообразовательных, морфологических и грамматических норм языка;	Разрабатывать маркетинговый и креативный брифы для создания эффективных неймов; Планировать этапы процесса нейминга; Разрабатывать эффективные неймы	Навыками оформления и заполнения маркетинговых и креативных брифов; Навыками планирования этапов нейминга; Навыками разработки эффективных неймов

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	Семестр № 1
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72	72
1. Контактная работа:	16,25	16,25
Аудиторная работа	16,25	16,25
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	4	4
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	12	12
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	55,75	55,75
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, решение кейсов, выполнение творческих заданий и т.д.)</i>	46,75	46,75
<i>Подготовка к зачёту</i>	9	9
Вид промежуточного контроля:	зачёт	

4.2 Содержание дисциплины

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 1. Коммерческая номинация	38	2	8		28

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 2. Нейминговая экспертиза как вид профессиональной деятельности	33,75	2	4		27,75
Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,25			0,25	
Всего за 1 семестр	72	4	12	0,25	55,75
Итого по дисциплине	72	4	12	0,25	55,75

РАЗДЕЛ 1. КОММЕРЧЕСКАЯ НОМИНАЦИЯ

Тема 1. Коммерческая номинация

Понятие коммерческой номинации или нейминга. Виды коммерческой номинации. Классификация коммерческой номинации. Функции коммерческой номинации (номинативная, информативная, дифференцирующая, эстетическая, воздействующая, идентифицирующая, аттрактивная).

Принципы номинации в сфере коммерческих названий

Приёмы эффективного нейминга. Этапы процесса нейминга. Методы изучения эффективных коммерческих названий. Основные ошибки при создании коммерческих названий.

База данных коммерческих названий. Генераторы названий.

РАЗДЕЛ 2. НЕЙМИНГОВАЯ ЭКСПЕРТИЗА КАК ВИД ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 2. Нейминговая экспертиза как вид профессиональной деятельности

Понятия «имя», «нейм» в правовом аспекте. Предмет нейминговой экспертизы. Правовое обеспечение нейминговой экспертизы.

Методические аспекты проведения нейминговой экспертизы. Объекты нейминговой экспертизы (личное имя, псевдоним, доменное имя, товарный знак, фирменное наименование и т.д.).

4.3 Лекции и практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций/практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Раздел 1. Коммерческая номинация		ПКос-2.2;		10

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
			ПКос-1.2		
	Тема 1. Коммерческая номинация	Лекция № 1. Коммерческая номинация: функции, классификации, типология неймов	ПКос-2.2; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 1. Структурно-семантический анализ неймов	ПКос-2.2; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальные задания	2
		Практическая работа № 2. Принципы номинации в коммерческой сфере	ПКос-2.2; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальные задания	2
		Практическая работа № 3. Этапы и приёмы нейминга	ПКос-2.2; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальные задания	2
		Практическая работа № 4. Базы данных и генераторы названий.	ПКос-2.2; ПКос-1.2	Устный опрос, типовые задания	2
2.	Раздел 2. Нейминговая экспертиза как вид профессиональной деятельности		ПКос-2.2; ПКос-1.2		6
	Тема 2. Нейминговая экспертиза как вид профессиональной деятельности	Лекция № 2. Нейминговая экспертиза как вид профессиональной деятельности	ПКос-2.2; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 5. Правовые основы нейминговой экспертизы и методические приемы экспертного исследования коммерческих названий	ПКос-1.2	Устный опрос, мастер-класс сотрудника ФИПС, фокус-группа	2
		Практическая работа № 6. Регистрация коммерческого названия в Роспатенте	ПКос-1.2	Устный опрос, кейсы, мастер-класс сотрудника Роспатента	2

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1. Коммерческая номинация		
1.	Тема 1. Коммерческая номинация	<ol style="list-style-type: none"> 1. Название фирмы или торговой марки в системе идентификации бренда. 2. Коммерческая номинация и рекламный текст. 3. Коммерческая номинация и товарный знак. 4. Коммерческая номинация и бренд. 5. Тематические группы коммерческих названий. 6. Эмотивный компонент при разработке нейма.

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
		7. Экспрессивная характеристика нейма.
Раздел 2. Нейминговая экспертиза как вид профессиональной деятельности		
2	Тема 2. Нейминговая экспертиза как вид профессиональной деятельности	1. Лингвистическая экспертиза коммерческих номинаций. 2. Экспертиза товарного знака. 3. Причины выделения нейминговой экспертизы как нового вида лингвистической экспертизы

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)	Кол-во часов
1.	Тема 1. Коммерческая номинация	Л	Активная форма: Проблемная лекция с использованием слайд-презентации и видеороликов	2
2	Тема 1. Коммерческая номинация	ПЗ 4	Индивидуальные творческие задания, решение кейсов, работа с генераторами неймов	2
3	Тема 2. Нейминговая экспертиза как вид профессиональной деятельности	ПЗ 5	Мастер-класс сотрудника ФИПС, фокус-группа, решение кейсов	2
4	Тема 2. Нейминговая экспертиза как вид профессиональной деятельности	ПЗ 6	Решения кейсов, мастер-класс сотрудника Роспатента	2
ВСЕГО:				8

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

6.1.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля знаний обучающихся

Задание 1. Подготовьте лингвистическую экспертизу на сходство до степени смешения коммерческих названий:

- «Монте Россо» и «Монте Росси»
- «Цифроград» и «Цифросити»
- «Робин Бобин» и «Робин Сдобин»
- «Цельс» и «Цельс+»
- «Библиоглобус» и «Библиосфера»
-

Задание 2. Обоснуйте причину отказа Роспатента в регистрации коммерческого названия в следующих случаях:

Текст 1.

Шампанское «Kristal» Роспатент в 2008 году по заявлению федерального казенного предприятия "Союзплодоимпорт" прекратил правовую охрану в России товарного знака «Cristal», принадлежащего французской компании «Champagne Louis Roederer». Под этим названием выпускается и до 2010 года ввозилось в Россию элитное шампанское, созданное по заказу российского императора Николая II. Роспатент согласился с доводами "Союзплодоимпорта" о том, что бренд «Cristal» схож до степени смешения с товарным знаком заявителя «Kristal», под которым выпускается водка. «Champagne Louis Roederer» оспорила выводы Роспатента, и суды трех инстанций поддержали французскую компанию.

Текст 2.

Водка "Володя и медведи". Роспатент отказал подмосковному ООО «Роялти» в регистрации товарного знака «Володя и медведи» для класса алкогольных напитков, в том числе водки.

Текст 3.

Арбитражный суд Москвы удовлетворил иск ОАО «ЛУКОЙЛ» и постановил аннулировать товарный знак «Lukoil», принадлежащий ООО «Компания Люксоил».

Задание 3. Разработайте коммерческое название в соответствии с полученным брифом.

6.1.2. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию

1. История русской коммерческой номинации.
2. Языковые особенности русской коммерческой номинации.
3. Фоносемантические средства создания эффективного нейма.
4. Словообразовательный принцип номинации.
5. Символический принцип создания коммерческой номинации.
6. Роль маркетингового и креативного брифа в разработке эффективного коммерческого названия.
7. Коммерческая номинация как средство манипулятивного воздействия на потребителя.
8. Ренейминг и его причины.
9. Зависимость нейма от целевой аудитории.
10. Способы создания экспрессивного нейма.
11. Соотношение функций рекламного текста и коммерческого названия.
12. Коммерческое название и имя бренда.
13. Технологии разработки нейма.
14. Этапы разработки коммерческого названия.
15. Качества эффективного нейминга.
16. Патентная проверка коммерческого названия.
17. Виды коммерческой номинации.
18. Классификация коммерческих названий.
19. Тематические группы коммерческих названий.
20. Оценка эффективности коммерческих наименований.
21. База данных эффективных названий.
22. Генераторы названий.
23. Роль нейминга в системе массовой коммуникации.
24. Роль и место нейминга в системе межкультурной номинации.
25. Метафора в нейминге.

26. Предмет и задачи нейминговой экспертизы.
27. Объекты нейминговой экспертизы.
28. Диагностика лингвистических признаков коммерческих наименований в целях их разграничений
29. Диагностика нарушений языковых норм в коммерческих наименованиях
30. Диагностика признаков сходства коммерческих наименований.

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Критерии оценивания результатов обучения

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине используется **традиционная** система контроля и оценки успеваемости студентов.

Промежуточная проверка (выходной контроль) проводится в виде зачета, основным методом его проведения выступает устный опрос.

Успешно усвоившим учебный материал по дисциплине считается студент, посетивший все лекционные и практические занятия, активно и успешно работавший на практических занятиях, написавший на «4»/«5» контрольную работу (тест), выполнивший все обязательные упражнения и индивидуальные задания. В этом случае в зачетную ведомость выставляется отметка **«зачтено»**.

Если студент пропускал занятия, он обязан в указанные преподавателем сроки ликвидировать текущие задолженности. Предполагаются следующие формы отработки: написание конспекта по теме пропущенного занятия и ответ на вопросы преподавателя, выполнение теста и типовых заданий. Форма отработки назначается преподавателем в зависимости от объема и сложности пропущенного материала. **Сдача зачёта обязательна.**

Критерии оценивания ответа студента на зачете

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если демонстрируются всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических занятиях, разбирающийся в основных научных концепциях по изучаемой дисциплине, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного программного материала, ответ отличается богатством и точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

Также оценка «зачтено» выставляется студенту, если демонстрируется: достаточно полное знание учебно-программного материала, учащийся не допускает в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполняет все предусмотренные программой задания, если студент усвоил основную литературу, рекомендованную программой, активно работал на практических, занятиях, показал систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если обнаруживаются пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившему самостоятельно предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не отработавшему основные практические занятия, допускающему существенные ошибки при ответе. Студент не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Былинский, К.И. Литературное редактирование: учебное пособие / К.И. Былинский, Д.Э. Розенталь. — 4-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2017. — 395 с. — ISBN 978-5-9765-0987-0. — Текст: электронный // Лань: ЭБС. — URL: <https://e.lanbook.com/book/99998> .
2. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н.Б. Руженцева. — 2-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2016. — 184 с. — ISBN 978-5-9765-1217-7. — Текст: электронный // Лань: ЭБС. — URL: <https://e.lanbook.com/book/85944>
3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М.: Изд-во Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438737>

7.2. Дополнительная литература

1. Иванова, К. А. Копирайтинг [Текст]: секреты составления рекламных и PR-текстов / К.А. Иванова. - 2-е изд. – СПб.: Питер: Питер Пресс, 2009. - 160 с. 31 экз.
2. Храповицкий, К. SEO - копирайтинг [Текст]: практическое руководство по созданию "правильных текстов" / К. Храповицкий. – СПб.: Наука и техника, 2014. - 304 с.: ил.; 8 экз.

7.3 Периодические издания:

1. Маркетинг в России и за рубежом <http://www.mavriz.ru>
2. Советник <https://sovet-nick.ru>
3. Индустрия рекламы <http://adindustry.ru/magazine>
4. Лаборатория рекламы <https://adindustry.ru/publications/1192>
5. Пресс-служба <http://press-service.ru>
6. Бренд-менеджмент <http://grebennikon.ru/cat-j-7-1-3.html>
7. Рекламные идеи <http://www.advi.ru/archive/>

7.4 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Не предусмотрено

7.5 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

№ п/п	Наименование	Электронный адрес
1.	EBSCO – Универсальная база данных зарубежных полнотекстовых научных журналов по всем областям знаний.	http://search.epnet.com <i>(открытый доступ)</i>
2.	EmeraldManagementExtra 111 - база данных по экономическим наукам, включает 111 полнотекстовых журналов издательства Emerald по менеджменту и смежным дисциплинам.	www.emeraldinsight.com/ft <i>(открытый доступ)</i>
3.	Библиографические базы данных ИНИОН по социальным и гуманитарным наукам.	http://www.inion.ru/ <i>(открытый доступ)</i>

1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://copywriting.web-3.ru/books/>
2. <http://netology.ru>
3. <http://uprav.ru/marketing/kopirayter-sozdanie-prodayuschego-teksta/>
4. <http://www.specialist.ru/>
5. <http://www.rabotainternet.com/school/>
6. <http://kak-pishetsa.ru/obuchenie-kopirajtingu-besplatno/>
7. <http://lifeha.ru/kopirajting-statej/obzor-luchshih-kursov-i-avtorov.html>

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Таблица 7

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
1	2
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 250 ауд., Тимирязевский пр.1/2)	CeID-1800/512/80/DVD-R ин.№ 558788/200 Доска белая ин.№ 558762/2 Мультимедийный проектор BENQ MW526E ин.№ 210138000004859 Крепление для проектора ин.№ 558769/1 Экран с электроприводом ин.№ 558771 Копозация стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76- 6 шт. ин.№ 594115 - 594120 Парты + скамейки (Комплект Медалист)-12 шт. ин.№ 593972 -593984
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 2498 ауд., Тимирязевский пр.1/2)	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598946 Стол аудиторный ин.№ 558588 18 шт. Стул ученический ин.№ 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин.№ 558590 1 шт.
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 248 ауд., Тимирязевский пр.1/2)	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598947 Стулья лекционные ИСЦ с откидн.столиком и пуопитром 24 шт. Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый) 1 шт. Стол переговорный на 8-10 мест 220*120*76+2 сектора +4 опоры ин.№ 598951 Стол письменный ин.№ 554542
учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы (6 к., 251 ауд., Тимирязевский пр.1/2)	Доска меловая – 1 шт. Парты + скамейки (Комплект Медалист)-11 шт. ин.№ 593960 -593971 Стол письменный ин.№ 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт.
Центральная научная библиотека им. Н.И. Железнова. Читальные залы (Лиственничная аллея, 2, кор.1)	9 читальных залов (5 компьютеризированных), организованных по принципу открытого доступа и оснащенных WiFi , Интернет-доступом
Общежитие №9. Комната для самоподготовки (Верхняя аллея, 1)	

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Учебный процесс по изучению дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» представляет собой лекционные, практические занятия и самостоя-

тельную работу обучающихся. На лекционных занятиях рассматривается материал по основным темам дисциплины.

Дидактические цели практических занятий: углубление, систематизация, закрепление знаний, проверка знаний, развитие креативных способностей.

Практические занятия тесно взаимосвязаны с лекциями. Учебный материал практических занятий не дублирует материал, изложенный преподавателем на лекции, но сохраняет тесную связь с его принципиальными положениями. К основным видам практических занятий относятся индивидуальные творческие задания, разработка и тестирование коммерческих наименований, экспертиза эффективных неймов.

На практических занятиях обучающиеся выполняют практические задания, связанные с разработкой эффективных коммерческих названий, анализом адресации коммерческих наименований, удачным использованием нейминговых стратегий и выбором средств художественной выразительности, тестированием неймов на эффективность.

Учебным планом предусмотрена внеаудиторная работа учащихся, которая заключается в изучении тем, вынесенных на самостоятельное изучение. Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы является обучение навыкам работы с научной, периодической, справочной литературой, необходимым для углубленного изучения дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению, анализу и изложению полученной информации.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия, обязан подготовить реферат или презентацию по теме пропущенного занятия, выполнить типовые упражнения и творческие задания и ответить преподавателю на вопросы по пропущенным темам.

10. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

В процессе преподавания учебной дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» основными задачами преподавателя являются следующие:

- 1) раскрыть содержание каждой темы;
- 2) показать логическую взаимосвязь материала учебных тем так, чтобы учебная дисциплина открылась студентам как научная система;
- 3) помочь обучающимся овладеть учебным материалом;
- 4) привить навыки и умения по изучаемой дисциплине.

В рамках данного курса целесообразно использовать различные образовательные технологии в активной форме (проблемная лекция) и в интерактивной форме (разработка коммерческого названия в соответствии с брифом, творческие задания, фокус-группа и т.п.), мастер-класс.

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов целесообразно предложить магистрантам в начале

семестра, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки.

При всем разнообразии методов и организационных форм обучения преподаватель должен использовать различные формы контроля знаний, которые позволяют оценить методы преподавания, увидеть их сильные и слабые стороны, выбрать оптимальные варианты обучающей деятельности.

Программу разработала:

Бугаева И.В., д.филол.н., доцент

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Б1.В.ДВ.01.02 Нейминг и нейминговая экспертиза» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (квалификация выпускника – магистр)

Зайцевым Алексеем Анатольевичем, кандидатом филологических наук, зав. кафедрой иностранных и русского языков ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева (далее по тексту - рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (магистратура), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчик – Бугаева Ирина Владимировна, доктор филологических наук, зав. кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.04.01 - «Реклама и связи с общественностью». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина по выбору относится к части учебного цикла, формируемой участниками образовательного процесса, – Б1.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 - «Реклама и связи с общественностью». В соответствии с Программой за дисциплиной «Нейминг и нейминговая экспертиза» закреплено 2 **компетенции**. Дисциплина «Нейминг и нейминговая экспертиза» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

4. **Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

5. Общая трудоёмкость дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Нейминг и нейминговая экспертиза» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01 - «Реклама и связи с общественностью» и возможность дублирования в содержании отсутствует.

7. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

8. Программа дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» предполагает 8 часов (50%) занятий в интерактивной форме.

9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы обучающихся, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.04.01 - «Реклама и связи с общественностью».

10. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, выполнение творческих индивидуальных заданий, контрольная работа) и аудиторных заданий – индивидуальные творческие задания, типовые упражнения), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний обучающихся, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины

лины по выбору части учебного цикла, формируемой участниками образовательных отношений – Б1 ФГОС ВО направления 42.04.01 - «Реклама и связи с общественностью».

Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 3 источника, дополнительной литературой – 2 наименования, периодической печати – 7 позиций, Интернет-ресурсы – 7 источников и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 - «Реклама и связи с общественностью».

12. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

13. Методические рекомендации обучающимся и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Нейминг и нейминговая экспертиза».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Нейминг и нейминговая экспертиза» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (квалификация выпускника – магистр), разработанная Бугаевой Ириной Владимировной, доктором филологических наук, зав. кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Зайцев А.А., зав. кафедрой иностранных и русского языков ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, кандидат филологических наук, доцент

« _____ » _____ 20__ г.