

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Степыкин Николай Иванович
Должность: Заведующий кафедрой
Дата подписания: 05.02.2026 00:37:37
Уникальный программный ключ:
79cb37fa15c029eb9fe555478f21c47b73e92308

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой
теоретической и прикладной
лингвистики



Н.И. Герасимова

«02» июля 2025 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине

«Дизайн и реклама в периодической печати»

42.03.02 Журналистика

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Раздел (тема) дисциплины “Основные понятия художественно-технического оформления”

1. Когда и где возник термин медиатекст? Назовите русских ученых, внесших свой вклад в изучение медиатекстов.
2. Каковы экстралингвистические факторы, определяющие сущность медиакommunikации и функционирования медиатекста?
3. Дайте определение медиатекста. Назовите основные сферы функционирования медиатекстов.
4. Охарактеризуйте основные категории медиатекста: медийность, массовость, интегративность (поликодовость), открытость (интертекстуальность).
5. Какие типологические параметры учитывает современная классификация медиатекстов?

Раздел (тема) дисциплины “Графический дизайн как визуальная составляющая имиджа компании”

1. Какие подходы к определению понятия «жанр» существуют в современной филологии?
2. Как рассматривается понятие «жанр» в российской теоретической журналистике?
3. Назовите базовые информационные и аналитические жанры. Каковы критерии разграничения этих групп жанров? Перечислите жанрообразующие признаки пяти информационных и пяти аналитических жанров (по выбору).
4. Что общего между комментарием, корреспонденцией и статьёй и каковы их различия?
5. Какие жанры относят к эпистолярным жанрам публицистики?
6. В чём специфика художественно-публицистических жанров в сравнении с информационными и аналитическими?
7. Какие жанры относят к художественно-публицистическим? Коротко охарактеризуйте их.
8. В каких видах периодических изданий преобладают художественно-публицистические жанры?
9. Чем отличаются газетные художественно-публицистические материалы от журнальных?
10. Как сочетается фактическая основа и авторский замысел в очерке?
11. В какой исторической или общественно-политической ситуации наиболее эффективен портретный очерк? Может ли очерк служить основой для более крупных литературных форм? Приведите примеры.
12. В чём отличие памфлета от фельетона? фельетона от пародии?
13. Назовите причины трансформации системы журналистских жанров современных масс-медиа.

Раздел (тема) дисциплины “Оформительские элементы периодического издания”

1. Характеристика элементов рекламного блока, правила и технологии их разработки.

2. Семантика рекламных образов.
3. Графический дизайн как визуальная составляющая имиджа компании.
4. Основы композиции рекламного текста. Общие понятия о композиции. Форма и формообразование.
5. Свет и цвет в рекламе. Контраст. Материалы и текстура. Ритм. Ассоциации и реальность. Абстракция. Стилизация.

Раздел (тема) дисциплины “Колористика как наука в графическом искусстве”

1. В чём заключается принципиальное отличие интерактивности в сетевых изданиях по сравнению с другими СМИ? Охарактеризуйте специфику коммуникативной функции Интернет-СМИ.
2. В чём отличие социальной коммуникации, массовой коммуникации и средств массовой коммуникации? Приведите конкретные примеры сайтов интернета, подтверждающие это различие.
3. Назовите основные компоненты технологии www. Перечислите особенности веб-среды.
4. Чем интернет-СМИ отличается от других информационных ресурсов интернета? Дайте определение понятию «интернет-СМИ».
5. Назовите первые профессиональные сетевые СМИ, не имеющие печатных аналогов. 8. Перечислите оригинальные свойства Интернет-СМИ, отличающие их от других каналов массовой коммуникации.
6. Что такое мультимедийность? В чём особенность мультимедийности интернет-СМИ?

Раздел (тема) дисциплины “Колористика как наука в графическом искусстве”

1. Что такое контент сайта? Назовите слагаемые контента.
2. Дайте определение электронному гипертексту. Сформулируйте его основные свойства.
3. Назовите структурные (композиционные) элементы гипертекста и их особенности.
4. Назовите преимущества и недостатки электронного гипертекста.
5. Перечислите структурные элементы гиперссылочного комплекса.
6. Назовите типы гиперссылок, используемых в интернет-СМИ.
7. Что такое юзабилити? Назовите аспекты проявления юзабилити сайта.
8. Что такое навигация? Какие способы навигации по сайту вам известны? Как навигация связана со структурой сайта?
9. Чем отличается восприятие текста с экрана монитора от печатного материала? Назовите причины этих различий.
10. Почему, на ваш взгляд, возникает проблема дезориентации пользователя? Случалась ли у вас такая ситуация? Предложите пути решения этой проблемы.
11. Перечислите способы адаптации текста для интернет-публикации.

Раздел (тема) дисциплины “Современный рекламный дизайн”

1. В чём заключается специфика рекламного дискурса?
2. Охарактеризуйте основные элементы рекламного дискурса: рекламный текст, каналы распространения рекламной информации, участники общения, функции дискурса.
3. Перечислите основные экстралингвистические факторы, влияющие на содержание и структуру рекламного текста.
4. В чём состоит особенность знаковой (семиотической) природы рекламного текста?
5. Назовите и охарактеризуйте типы рекламного текста по степени креолизации.

6. Перечислите основные содержательные признаки рекламного текста, обусловленные его особой прагматикой.
7. Какие элементы рекламного текста являются основными носителями маркетинговой информации? Ответ проиллюстрируйте примерами из рекламной практики.
8. Какие типы аргументов используются в рекламе? Какова их функция в тексте?
9. В чём сущность слогана и его роль в рекламе?
10. Объясните роль категорий автора и адресата в преодолении неличного характера рекламной коммуникации.
11. Что понимается под рекламным образом и какова его структура?
12. Перечислите и охарактеризуйте основные требования, предъявляемые к редактированию рекламного текста.
13. Назовите основные социальные требования, предъявляемые к рекламному тексту, и охарактеризуйте типичные нарушения законодательства в рекламе.
14. Каковы типичные нарушения маркетинговых требований к рекламе?
15. В чём сходство и различие приема выразительности и ошибки?
16. Каковы первичные сигналы дефектности высказывания и о каких нарушениях требований к речевой деятельности они свидетельствуют?
17. Какие виды редакторских стратегий Вы знаете? Определите условия применения каждого из типов редакторской стратегии.

Раздел (тема) дисциплины “Реклама и редакционные материалы на полосе: контраст или гармония, автономность или взаимозависимость”

1. В чем заключаются особенности вербального языка межличностного общения в сопоставлении с языком СМИ?
2. Определите роль СМИ в моделировании «картины мира».
3. Роль функциональной стилистики в описании развитых национальных языков.
4. Категориальная природа трихотомии функций языка «общение — сообщение — воздействие».
5. Основные параметры описания функциональных стилей.
6. Языковые и понятийные характеристики публицистического функционального стиля.
7. Публицистика в ряду других функциональных стилей.
8. Каковы основные параметры выделения функциональных стилей?
9. Перечислите основные черты публицистического стиля.
10. Почему оценочность является одним из важнейших качеств речи в публицистическом стиле?
11. Какие темы характерны для создания публицистических метафор? Приведите ваши примеры.
12. Как соотносятся понятия «публицистический стиль» и «язык СМИ»?

Раздел (тема) дисциплины “Композиция и верстка рекламного объявления”

1. Как понимаются термины «вербальная агрессия», «инвективная лексика», «сниженная лексика», «аргонная лексика»?
2. Чем обусловлена повышенная агрессивность в современных СМИ?
3. Какую роль категория оценки играет в текстах СМИ? Как связана отрицательная оценка с феноменом речевой агрессии?
4. Как вы относитесь к мнению, что текст, содержащий в себе негативную оценку, скорее заинтересует читателя, чем текст с положительной оценкой? Приведите аргументы.

5. Как соотносится вербальная агрессия с враждебностью, конфликтом, манипулированием?
6. Какие разновидности речевой агрессии выделяются современными исследователями речевой коммуникации?
7. Дайте общую характеристику лексических средств вербальной агрессии.
8. Почему экспансию иноязычной лексики в русский язык можно рассматривать как проявление речевой агрессии?

Раздел (тема) дисциплины “Реклама и фотография”

1. Каковы задачи семиотики СМИ?
2. В чем состоит изучение синтактики, семантики и прогматики СМИ?
3. Бывают ли абсолютно непредсказуемые значения знаков?
4. Приложите понятие «треугольник Фреге» к анализу выступления кандидата, баллотирующегося в Думу РФ. Какими языковыми средствами кандидат удваивает мир своего потенциального адресата?
5. Возможна ли стилистика СМИ там, где нет выбора множества альтернатив? Чем отличается стилистика СМИ в тоталитарном обществе от стилистики после преодоления тоталитаризма?
6. Как бы вы оценили степень эгоцентризма в построении сообщения СМИ? Постройте модельный вариант абсолютно неэгоцентричного сообщения и преобразуйте его в максимально эгоцентричное сообщение.
7. Какому типу адресата в наилучшей степени соответствует «неэгоцентрично» построенное сообщение?
8. Чем исследование СМИ семиотическими методами отличается от исследования методами теории информации?
9. Сформулируйте определение знака СМИ, учитывая его динамический аспект

Критерии оценки:

- 4 балла выставляется обучающемуся, если его ответ полный, содержательный, развернутый, нормативно оформленный, наполненный языковыми примерами.
- 3 балла выставляется обучающемуся, если ответ содержательно соответствует теме, грамотно оформлен, но недостаточно развернут и наполнен языковыми примерами.
- 2 балла выставляется обучающемуся, если его ответ полон содержательно, но не наполнен языковыми примерами.
- 1 балл выставляется обучающемуся, если его ответ содержательно верен, но не наполнен языковыми примерами и по своему оформлению не соответствует языковым нормам.

1.2 КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ

Контрольная работа “Основные понятия художественно-технического оформления”
Шрифт как основная стилеобразующая единица издания.
Понятия текстового, заголовочного и акцидентного шрифта.
Декоративные элементы.

Контрольная работа “Графический дизайн как визуальная составляющая имиджа компании
Имидж компании (внутренняя и внешняя составляющие). Связь визуальных составляющих с миссией, видением и стратегией компании

Контрольная работа Оформительские элементы периодического издания
Правила построения графической композиции.
Понятия «элемент оформления» и «комплекс элементов» в периодическом издании.
Виды элементов: шрифтовые, декоративные, иллюстрационные, пробельные.
Шрифт как основная стилеобразующая единица издания.

Контрольная работа Цветоведение. Колористика как наука в графическом искусстве
Цветовая культура. Цвет и пространство.
Работа с цветом. Создание цветowych композиций.
Отечественный и зарубежный опыт цветоведения.

Контрольная работа Современный рекламный дизайн
Основные элементы: логотип, визитка, фирменный бланк, конверт, буклет.
Фирменный стиль на предметах быта.
Широкоформатная реклама.
Правила создания широкоформатной рекламы.
Разработка фотоплаката, рисованного и коллажного плаката

Контрольная работа Реклама и редакционные материалы на полосе: контраст или гармония, автономность или взаимозависимость
Комплексы элементов, составляющие рекламную публикацию
логотип,
слоган,
текстовые комплексы,
адресный блок,
иллюстрации.

Контрольная работа Композиция и верстка рекламного объявления
Роль декоративных элементов.
Цвет и особенности его применения в рекламе в зависимости от типа издания.
Шрифт и иллюстрация в рекламе.

Контрольная работа Реклама и фотография
Реклама и фотография. Фотоискусство.
Фотодело и использование фотографии в графическом искусстве

Критерии оценки:

7-8 баллов выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, детальный, структурно выдержанный, грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий высокий уровень систематизации знаний;

4-6 баллов выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, структурно выдержанный, грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий средний уровень систематизации знаний;

2-3 балла выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, в целом структурно выстроенный, не достаточно грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий средний уровень знаний.

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 ВОПРОСЫ В ЗАКРЫТОЙ ФОРМЕ

Выберите правильное соответствие наименования разновидностей типовых схем верстки с их содержанием

Выберите один ответ:

Макет-эталон: Предусматривают предельную детализацию всего плана. Чтобы пользоваться такими макетами, их нужно иметь очень много, на все случаи жизни. Ста детализированных макетов может оказаться недостаточно.

Блочный стандартный макет: Наиболее распространенный. На листе расчерчивается 2 – 3 блока, как правило, в каждом должна помещаться рубрика. Выделяются рубрики рамочками.

Детализированные макеты-стандарты: Это примерно то же самое, что и блочный стандартный макет, но потребность в нем возникает в условиях централизованного выпуска городских и районных газет. Когда несколько газет печатаются в одной типографии, удобно, если макет у них делается по схожим схемам.

Типовые блочные схемы верстки: Более обобщен. Десятка таких макетов вполне хватит для выпуска газеты.

Что такое колонтитул?

Выберите один ответ:

Краткая цитата перед публикацией, расположения сверху слева, характеризующая основную идею публикации

Заголовок (имя автора, название произведения, части, главы, параграфа и т. д.), присутствующий на всех или нескольких страницах печатного издания: на титульных листах, на листах, содержащих одни иллюстрации без текста, на листах с выходными данными издания.

Выходные сведения печатного издания: место выпуска издания, имя издателя, год выпуска издания

Позиционирование издания означает:

Выберите один ответ:

метод работы с рекламодателями

определение его места в избранном рыночном сегменте. Конкретно – нахождение оптимальной для него информационной ниши.

статусный дизайн издания

В каком виде иллюстраций текст лишь дополняет или поясняет ее?

Выберите один ответ:

Фотоэтюд

Информационные снимки

Фотоиллюстрация

Какому термину соответствует определение? Унифицированные характеристики, стереотипы элементов оформления. В это понятие входит: объем и формат издания, кегли, ширина колонки, соотношение кеглей титульных шрифтов и размеров публикаций, оптимальные объемы материалов и основных разделов.

Выберите один ответ:

Размерные стереотипы газеты

Модель газеты

Разновидности типовых схем верстки

Задачи редакционно-издательского маркетинга:

Выберите один ответ:

исследование целевой аудитории издания

изучение рынка периодических изданий, исследование целевой аудитории издания, определение его соответствия требованиям рынка

изучение рынка периодических изданий

Что относится к общей редакционной акции?

Выберите один ответ:

кампания и обсуждение

планирование номера;

подготовка тематической полосы

Основные жанры выступлений обозревателя в газете?

Выберите один ответ:

обозрение, интервью, очерк

обозрение, информационная заметка, комментарий

обозрение, статья, комментарий

Что такое закрытая иллюстрационная верстка?

Выберите один ответ:

изображения по всему изданию размещаются внутри текста полосы и соприкасаются с текстом двумя сторонами при заверстке вразрез или тремя сторонами при заверстке в оборку;

изображения в многоколонном наборе размещаются внутри текста и соприкасаются с ним всеми четырьмя сторонами;

изображения по всему изданию размещаются вверху или внизу каждой полосы и соприкасаются с текстом одной стороной при заверстке вразрез или двумя сторонами при заверстке в оборку;

Основной правовых методов управления редакцией являются:

Выберите один ответ:

Конституция РФ, Трудовой кодекс

Конституция РФ, Уголовный кодексы

Конституция РФ, ее Гражданский, Трудовой и Уголовный кодексы, а также все законы и подзаконные акты, относящиеся к СМИ, в первую очередь Закон о средствах массовой информации

Прибыль редакции – это?

Выберите один ответ:

все средства редакции

статья бюджета редакции

средства, остающиеся после вычитания ее расходов из суммы доходов

Что входит в обязанности редакционной коллегии?

Выберите один ответ:

поиск информации

формирование коллективного мнения при решении вопросов, имеющих большое значение для организации деятельности редакции

верстка номера

Один из ключевых методов управления редакцией - это...

Выберите один ответ:

каких-то особенных методов управления не существует

планирование

система денежных штрафов

Что такое «воздух»?

Выберите один ответ:

Полупрозрачность какой-либо площади на полосе

Установка элементов такого же размера и начертания, но другого цвета со смещением на задний план

Свободное пространство, расстояние, отделяющее все несвязанные между собой элементы.

Какое оптимальное количество колонок в газетной полосе формата А2?

Выберите один ответ:

Десять

Шесть

Восемь

Выберите вариант с правильным порядком этапов макетирования издания:

Выберите один ответ:

Выбор формата издания, выбор шрифта, выбор формата наборной строки, выбор размера полей, выбор способа набора текста, размещение иллюстраций, графический дизайн текста

Выбор формата издания, выбор шрифта, выбор формата наборной строки, выбор размера полей, выбор способа набора текста, графический дизайн текста, размещение иллюстраций

Выбор шрифта, выбор формата наборной строки, выбор размера полей, выбор способа набора текста, графический дизайн текста, размещение иллюстраций, выбор формата издания

Экономические методы управления редакцией дают редактору возможность ...

Выберите один ответ:

изменять размеры гонорара в зависимости от качества материала, написанного журналистом, и трудоемкости процесса его подготовки

экономических методов управления

только переводить журналиста на выше оплачиваемую должность

Регуляторами ценовой политики редакции являются:

Выберите один ответ:

соотношение спроса и предложения при сбыте периодического издания

ситуация на информационном рынке, соотношение спроса и предложения при сбыте периодического издания

ситуация на информационном рынке, соотношение спроса и предложения при сбыте периодического издания, а также маркетинг

Что такое «выворотка»?

Выберите один ответ:

Увеличение или уменьшение размера кегля

Использование различных начертаний

Использование шрифтов различной гарнитуры

Инверсное начертание

Моделирование работы коллектива дает возможность:

Выберите один ответ:

точно определять конкретные задачи любого отдела или службы редакции, его роль в подготовке номеров издания, осуществлять повседневный контроль выполнения этих задач

только контролировать сотрудников

не дает ничего особенного, а потому не обязательно

Критерии оценки:

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме – 2 балла,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- задание на установление правильной последовательности – 2 балла,
- задание на установление соответствия – 2 балла,
- решение задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование - 36 баллов.