

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
 Должность: Директор института экономики и управления АПК
 Дата подписания: 15.07.2023 17:47:06
 Уникальный программный ключ:
 1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института экономики и
 управления АПК

д.э.н., проф. Хоружий Л.И.

«15» августа 2023 г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины

В1.В.ДВ.07.02 «Основы нейминга»

для подготовки бакалавров

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2019

Курс 1

Семестр 1

В рабочую программу вносятся следующие изменения.

1) Заменить таблицу 2 «Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам».

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час. всего /*	Семестр № 4
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108	108
1. Контактная работа:	50,25	50,25
Аудиторная работа	50,25	50,25
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	16	16
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	34/4	34/4
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	57,75	57,75
<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>	48,75	48,75
<i>Подготовка к зачёту</i>	9	9
Вид промежуточного контроля:		зачёт

*в том числе практическая подготовка

2) Заменить таблицу 3 «Тематический план учебной дисциплины»

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/*	ПКР	
Раздел 1. «Ономастика как наука об именах и названиях»	14	2	4		8
Раздел 2. «Основы нейминга»	28	4	10		14
Раздел 3. «Технологии номинации»	37,75	6	14 /2		17,75
Раздел 4. «Коммерческая номинация в правовом аспекте»	36	4	6 /2		18
Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,25			0,25	
Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
контроле (КРА)					
Всего за 2 семестр	108	16	34	0,25	57,75
Итого по дисциплине	108	16	34	0,25	57,75

*в том числе практическая подготовка

3) Заменить таблицу 4 «Содержание лекций / практических занятий и контрольные мероприятия»

Таблица 4

Содержание лекций/практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов/ из них практическая подготовка
1.	Раздел 1. Ономастика как наука об именах и названиях		ПКос-1.1; ПКос-1.2		6
	Тема 1. Ономастика, основные понятия, единицы, функции	Лекция № 1. Ономастика, основные понятия, единицы, функции	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 1. Имена собственные. Первичная и вторичная номинации	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос,	2

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов/ из них практическая подготовка
		Практическая работа № 2. Классы онимов	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос,	2
2.	Раздел 2. Основы нейминга		ПКос-1.1; ПКос-1.2		14
	Тема 2. Нейминг: основные понятия	Лекция № 2. Нейминг: основные понятия	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 3. Понятие и сущность нейминга	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 4. Классификация номинаций	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, решение кейсов	2
	Тема 3. Коммерческая номинация	Лекция № 3. Коммерческая номинация	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 5. Коммерческая номинация и товарный знак.	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 6. Коммерческая номинация и бренд.	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Творческие индивидуальные задания	2
		Практическая работа № 7. Виды и функции коммерческой номинации	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Типовые творческие задания	2
3.	Раздел 3. Технологии номинации		ПКос-1.1; ПКос-1.2	ПКос-1.1; ПКос-1.2	16
	Тема 4. Технологии разработки нейма	Лекция № 4. Технологии разработки нейма	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 8. Приёмы эффективного нейминга.	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 9. Регистрация	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, мастеркласс	2

		коммерческого названия в Роспатенте			
Тема 5. Структурноязыковой анализ коммерческой номинации	Лекция № 5. Структурноязыковой анализ коммерческой номинации	ПКос-1.1; ПКос-1.2			2
	Практическая работа №10. Основные модели образования коммерческих названий	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальные задания		2
	Практическая работа № 11. Языковая игра в нейминге	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, кейсы		2
Тема 6. Базы данных	Лекция № 6. Базы данных коммерческих названий	ПКос-1.1; ПКос-1.2			2
	Практическая работа № 12. Генераторы названий	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальное задание		2
	Практическая работа № 13. Критерии создания эффективного нейма	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, тест		2 / 2
4.	Раздел 4. КОММЕРЧЕСКАЯ НОМИНАЦИЯ В ПРАВОВОМ АСПЕКТЕ		ПКос-1.1; ПКос-1.2		14
Тема 7. Нейминговая экспертиза: организация и производство	Лекция № 7. Нейминговая экспертиза: организация и производство	ПКос-1.1; ПКос-1.2			2
	Практическая работа № 14. Предмет и объекты нейминговой экспертизы	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальное задание		2
	Практическая работа № 15. Коммуникативная и коммерческая эффективность и правовая обусловленность сгенерированных неймов	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальное задание		2
Тема 8. Коммерческие наименования как объект	Лекция № 8. Коммерческие наименования как объект лингвистической экспертизы	ПКос-1.1; ПКос-1.2			2

лингвистическая экспертиза	Практическая работа № 16. Методические аспекты проведения нейминговой экспертизы.	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, реферат	2
	Практическая работа № 17. Диагностика нарушений языковых норм в коммерческих наименованиях	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, контрольная работа	2 / 2

Программа актуализирована для 2021 г. начала подготовки.


Разработчик: Морозов В.Э., д.филол.н., профессор



«25» августа 2021 г.

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, протокол № 1 от «26» августа 2021 г.

Заведующий кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации к.филолог. н., проф. Гнездилова Е.В.



«26» августа 2021 г.

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой к.филолог. н., проф. Гнездилова Е.В.



«26» авг. 2021 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

П.Ф. Кубрушко
“ 20 ” 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.07.02 ОСНОВЫ НЕЙМИНГА

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление: 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"

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

Курс 1

Семестр 2

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2019

Регистрационный номер _____

Москва, 2020

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

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«13» 04 2020 г.

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

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«13» 04 2020 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и учебного плана.

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 1 от «13» 04 2020 г.

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

(подпись)

«13» 04 2020 г.

Согласовано:

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

«13» 04 2020 г.

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

«13» 04 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/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/ ЗАНЯТИЯ.....	9
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	12
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	13
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	15
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
7.1 Основная литература	16
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.....	16
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	17
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)	18
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	18
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	19
Виды и формы отработки пропущенных занятий	19
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.07.02 «Основы нейминга» для подготовки бакалавра по направ-
лению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности: Рек-
лама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Цель освоения дисциплины: освоение учащимися теоретических знаний о нейминге, об основных принципах создания коммерческого имени и приобретение практических навыков анализа и создания коммерческих названий.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в вариативную часть учебного плана (часть, формируемую участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ.07.02.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (индикаторы): ПКос-1.1; ПКос-1.2

Краткое содержание дисциплины:

Ономастика как наука об именах собственных. Ономастика и нейминг. Личные имена. Патронимы. Историко-культурные антропонимы. Фольклорно-мифологические и литературные имена. Псевдонимы и прозвища. Антропонимы-гиперонимы. Топонимы. Названия, связанные с явлениями природы. Онимизация апеллятивов.

Коммерческая номинация. Прагматонимы. Эргонимы.

Фонетические правила нейминга. Вокализм гласных. Консонантизм согласных. Аллитерация. Благозвучие.

Словообразование в нейминге. Основные модели. Аббревиация. Создание неологизмов как разновидность нейминга. Графогибридизация.

Нейминг и языковая норма. Нарушение графических и орфографических норм.

Алгоритм создания эффективных коммерческих названий.

Нейминговая экспертиза. Предмет и задачи нейминговой экспертизы.

Общая трудоемкость дисциплины: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: зачет

1. Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины «Основы нейминга» – освоение учащимися теоретических знаний о нейминге, об основных принципах создания коммерческого имени и приобретение практических навыков анализа и создания коммерческих названий.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Основы нейминга» дисциплина включена в вариативную часть учебного плана (часть, формируемую участниками образовательных отношений) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.ДВ.07.02.

Предшествующим курсом, на которых непосредственно базируется дисциплина «Основы нейминга», является ««Введение в коммуникационные специальности»».

Дисциплина «Основы нейминга» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Работа с текстами в рекламе и СО», «Технологии рекламы и связей с общественностью», «Редактирование рекламных и PR-текстов», «Брендинг», «Реклама и связи с общественностью в агротуризме».

Особенностью дисциплины является то, что в процессе ее освоения учащиеся получают системное представление о теории имен собственных, об этапах процесса нейминга, основных характеристиках и требованиях к неймам, о правилах экспертного и потребительского тестирования; знакомятся с основными принципами номинации и способами создания рекламного имени, узнают важнейшие характеристики эффективного рекламного имени и методику разработки рекламного имени, способы включения рекламного имени в текст.

Рабочая программа дисциплины «Основы нейминга» 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 осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПКос-1.1 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта с учетом исторического аспекта рекламной и пиар коммуникации	Способы создания эффективных названий на русском и иностранных языках с учетом фоносемантики, графемики, словообразовательных, морфологических и грамматических норм языка Этапы процесса нейминга;	Разрабатывать эффективные названия с применением новых и креативных технологий; Разрабатывать маркетинговый и креативный брифы для создания эффективных неймов; Планировать этапы процесса нейминга; Разрабатывать эффективные неймы	Навыками создания названий фирм и торговых марок Навыками оформления и заполнения маркетинговых и креативных брифов; Навыками планирования этапов нейминга; Навыками использования различных лингвистических, символических и комплексных методов разработки неймов
			ПКос-1.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Основы символического нейминга и стратегического нейминга; Качества эффективного названия;	Проводить экспертную и патентную экспертизу названий	Навыками проведения количественных и качественных исследований эффективности неймов

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	Семестр № 4
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108	108
1. Контактная работа:	50,25	50,25
Аудиторная работа	50,25	50,25
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	16	16
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	34	34
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	57,75	57,75
<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>	48,75	48,75
<i>Подготовка к зачёту</i>	9	9
Вид промежуточного контроля:	зачёт	

4.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 1. «Ономастика как наука об именах и названиях»	14	2	4		8
Раздел 2. «Основы нейминга»	28	4	10		14
Раздел 3. «Технологии номинации»	37,75	6	14		17,75
Раздел 4. «Коммерческая номинация в правовом аспекте»	36	4	6		18
Контактная работа на промежуточном	0,25			0,25	

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
контроле (КРА)					
Всего за 2 семестр	108	16	34	0,25	57,75
Итого по дисциплине	108	16	34	0,25	57,75

РАЗДЕЛ 1. ОНОМАСТИКА КАК НАУКА ОБ ИМЕНАХ И НАЗВАНИЯХ

Тема 1. Ономастика, основные понятия, единицы, функции.

Имена собственные. Первичная и вторичная номинации. Классы называемых объектов и соответствующие им ономастические разряды, значимые для нейминга: наименования различных предметных товаров – хремотонимы, словесные товарные знаки – прагматонимы (прагмонимы), наименования медиа-органов – гемеронимы, наименования организаций (учреждений, предприятий и их союзов) – эргонимы и т.д.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ НЕЙМИНГА

Тема 2. Нейминг: основные понятия

Понятие и сущность нейминга. Классификация номинаций. Понятия коммерческой номинации и нейминга.

Тема 3. Коммерческая номинация

Коммерческая номинация и товарный знак. Коммерческая номинация и бренд. Виды и функции коммерческой номинации (номинативная, информативная, дифференцирующая, эстетическая, воздействующая, идентифицирующая, аттрактивная).

История русской коммерческой номинации.

РАЗДЕЛ 3. ТЕХНОЛОГИИ НОМИНАЦИИ

Тема 4. Технологии разработки нейма

Приёмы эффективного нейминга. Этапы процесса нейминга. Методы изучения эффективных коммерческих названий. Требования к эффективным названиям (благозвучность, уникальность, релевантность, однозначность).

Основные ошибки при создании коммерческих названий.

Тема 5. Структурно-языковой анализ коммерческой номинации

Основные модели образования коммерческих названий.

Латиница и кириллица в российских коммерческих наименованиях. Графогибридизация.

Новые тенденции в образовании коммерческих названий. Поликодовость современных прагматонимов.

Языковая игра при образовании коммерческих наименований.

Прецедентные феномены в коммерческих наименованиях.

Тема 6. Базы данных коммерческих названий

База данных коммерческих названий. Генераторы названий.

Базы данных коммерческих названий: <https://www.wipo.int/reference/ru/branddb/>; https://noomarketing.net/database_1; <https://www.rosfirm.ru/catalog>; <https://onlinepatent.ru/trademarks/>; <https://www.vip-lider.ru/legalservices/Spisok-naimenovanii.html>; <http://www.textart.ru/baza/nazvanie/list.html>

Генераторы названий: <http://namegenerator.gramatik.ru>; [Generator Online](#), [Namegenerator](#), [Брендо генератор](#); [Shopify](#), [Namelix](#), [Wordoid](#)

РАЗДЕЛ 4. КОММЕРЧЕСКАЯ НОМИНАЦИЯ В ПРАВОВОМ АСПЕКТЕ

Тема 7. Нейминговая экспертиза: организация и производство

Понятия «имя», «нейм» в правовом аспекте. Предмет нейминговой экспертизы. Правовое обеспечение нейминговой экспертизы. Объекты нейминговой экспертизы (личное имя, товарный знак, фирменное наименование, коммерческое обозначение, урбанонимы).

Тема 8. Коммерческие наименования как объект лингвистической экспертизы

Методические аспекты проведения нейминговой экспертизы. Диагностика признаков оригинальности и уникальности коммерческого наименования. Диагностика признаков гуманности и морали в коммерческих наименованиях. Диагностика нарушений языковых норм в коммерческих наименованиях.

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 (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Раздел 1. Ономастика как наука об именах и названиях		ПКос-1.1; ПКос-1.2		6
	Тема 1. Ономастика, основные понятия, единицы, функции	Лекция № 1. Ономастика, основные понятия, единицы, функции	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 1. Имена собственные. Первичная и вторичная номинации	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос,	2

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
		Практическая работа № 2. Классы онимов	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос,	2
2.	Раздел 2. Основы нейминга		ПКос-1.1; ПКос-1.2		14
	Тема 2. Нейминг: основные понятия	Лекция № 2. Нейминг: основные понятия	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 3. Понятие и сущность нейминга	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 4. Классификация номинаций	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, решение кейсов	2
	Тема 3. Коммерческая номинация	Лекция № 3. Коммерческая номинация	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 5. Коммерческая номинация и товарный знак.	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 6. Коммерческая номинация и бренд.	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Творческие индивидуальные задания	2
		Практическая работа № 7. Виды и функции коммерческой номинации	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Типовые творческие задания	2
3.	Раздел 3. Технологии номинации		ПКос-1.1; ПКос-1.2	ПКос-1.1; ПКос-1.2	16
	Тема 4. Технологии разработки нейма	Лекция № 4. Технологии разработки нейма	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 8. Приёмы эффективного нейминга.	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, решение кейсов	2
		Практическая работа № 9. Регистрация коммерческого названия в Роспатенте	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, мастер-класс	2
	Тема 5. Структурно-языковой анализ коммерческой номинации	Лекция № 5. Структурно-языковой анализ коммерческой номинации	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа №10. Основные модели образования коммерческих названий	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальные задания	2
		Практическая работа № 11. Языковая игра в нейминге	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, кейсы	2
	Тема 6. Базы данных	Лекция № 6. Базы данных коммерческих названий	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	коммерческих названий				
		Практическая работа № 12. Генераторы названий	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальное задание	2
		Практическая работа № 13. Критерии создания эффективного нейма	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, тест	2
4.	Раздел 4. КОММЕРЧЕСКАЯ НОМИНАЦИЯ В ПРАВОВОМ АСПЕКТЕ		ПКос-1.1; ПКос-1.2		14
	Тема 7. Нейминговая экспертиза: организация и производство	Лекция № 7. Нейминговая экспертиза: организация и производство	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 14. Предмет и объекты нейминговой экспертизы	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальное задание	2
		Практическая работа № 15. Коммуникативная и коммерческая эффективность и правовая обусловленность сгенерированных неймов	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, индивидуальное задание	2
	Тема 8. Коммерческие наименования как объект лингвистической экспертизы	Лекция № 8. Коммерческие наименования как объект лингвистической экспертизы	ПКос-1.1; ПКос-1.2		2
		Практическая работа № 16. Методические аспекты проведения нейминговой экспертизы.	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, реферат	2
		Практическая работа № 17. Диагностика нарушений языковых норм в коммерческих наименованиях	ПКос-1.1; ПКос-1.2	Устный опрос, контрольная работа	2

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1. Ономастика как наука об именах и названиях		
1.	Тема 1. Ономастика, основные понятия, единицы, функции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблемы номинации в лингвистике. 2. Ономастическое поле. 3. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации. 4. Роль и место нейминга в системе межкультурной коммуникации. 5. Теория метафоры. Метафора в нейминге

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 2. Основы нейминга		
2	Тема 3. 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 7. Экспрессивная характеристика нейма
Раздел 3. Формирование, поддержание и изменение корпоративной культуры		
3	Тема 7. Нейминговая экспертиза: организация и производство	<ol style="list-style-type: none"> 1. Лингвистическая экспертиза коммерческих номинаций. 2. Экспертиза товарного знака 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)
1.	Тема 1. Ономастика, основные понятия, единицы, функции	Л	Активная форма: Лекция с элементами эвристической беседы
2	Тема 4. Тех-нологии разработки нейма	Л	Активная форма: Проблемная лекция с использованием слайд-презентации
3	Тема 4. Технологии разработки нейма	ПЗ	Индивидуальное творческое задание по разработке коммерческого названия на основе брифа
4	Практическая работа № 9. Регистрация коммерческого названия в Роспатенте	ПЗ	Мастер-класс по регистрации коммерческого названия
5	Тема 5. Структурно-языковой анализ коммерческой номинации	Л	Проблемная лекция с использованием слайд-презентации
6	Тема 6. Базы данных коммерческих названий	ПЗ	Индивидуальные творческие задания, работа с генераторами неймов
7	Тема 7. Нейминговая экспертиза: организация и производство	Л	Проблемная лекция с использованием слайд-презентации
8	Практическая работа № 15. Коммуникативная и коммерческая эффективность и правовая обусловленность сгенерированных неймов	ПЗ	Решение индивидуальных заданий по нейминговой экспертизе
9	Тема 8. Коммерческие на-	ПЗ	Индивидуальные экспертные задания

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
	именования как объект лингвистической экспертизы	по диагностике нарушений языковых норм в коммерческих названиях

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. Примерный тесты для текущего контроля знаний обучающихся

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

2.Критериями эффективного нейма являются:

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

3 Укажите неймы-топонимы

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

4 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

5 Наименование предприятия, фирмы, государственного учреждения и т.д. _____

6

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

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

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

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

8 Направление в лингвистике, предполагающее, что вокальные звуки, фонемы Могут нести смысл сами по себе – _____.

9 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

10 Строение слова путем подчеркнутого расподобления звуков называется _____.

11 Укажите неймы, созданные словосложением:

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

12 Названия «КамАЗ», «Ворэкспоцентр», «МТС» образованы способом:

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

6.1.2. Примерный 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. Нейминговая экспертиза.

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 письменный или 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» контрольные работы (тесты), выступивший с ораторской речью и успешно защитивший реферат. 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 реферата по теме пропущенного занятия и ответ на вопросы по реферату, выполнение тестовых заданий, индивидуальная беседа с преподавателем. 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 выполнившего 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. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 411 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-02980-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/450648>

2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/450623>

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. : ил ; 21. 31 экз.
2. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451797>
3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438737>
4. Тейлор, Нейл. Выбор имени, или Все о нейминге [Текст] / Н. Тейлор. - Москва : Олимп-Бизнес, 2010. - 197 с. – 12 экз.

7.3 Периодические издания:

1. Маркетинг в России и за рубежом http://elibrary.ru/title_about.asp?id=8819
2. Советник <http://www.sovetnik.ru>
3. Индустрия рекламы <http://adindustry.ru/magazine/>
4. Лаборатория рекламы <http://adindustry.ru/publications/1192>
5. Пресс-служба <http://www.press-service.ru>
6. Бренд-менеджмент <http://grebennikon.ru/cat-j-7-1-3.html>
7. Рекламные идеи <http://www.advi.ru>

7.4 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Не предусмотрено

7.5 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. ФИПС: Официальный бюллетень «Товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров» http://www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru/ofic_pub/ofic_bul/ofic_bul_tz
2. Генератор названий фирм <http://generatorcompanynames.com>

3. Генератор названий брендов: <http://earn24.ru/generator-nazvanij-firm-i-brendov-onlajn/>
4. Генератор названий <http://namegenerator.ru>
5. Брендогенератор <http://brandogenerator.ru>
6. Генератор названий <http://planovik.ru/generator/>
7. On-line генератор на английском языке: <http://online-generator.com>

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

1. <http://e.lanbook.com> (Электронная библиотечная система «Издательство «Лань»);
2. <http://www.ancentr.ru> (Центр политической конъюнктуры России – ЦПКР)
3. <http://www.ifes.ru/library> (библиотека Института развития избирательной системы)
4. IPRbooks (ЭБС IPRbooks)
5. <http://www.raso.ru/>
6. www.PR2B.ru
7. <http://www.interfax-religion.ru>

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.№ 210138000003859 Крепление для проектора ин.№ 558769/1 Экран с электроприводом ин.№ 558771 Копозиция 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, по-	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.

мещение для самостоятельной работы (6 к., 2498 ауд., Тимирязевский пр.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., 248 ауд., Тимирязевский пр.1/2)	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598947 Стулья лекционные ИСЦ с откидн.столиком и пюпитром 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 «Основы нейминга» представляет собой лекционные, практические занятия и самостоятельную 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 названий, нейминговая экспертиза.

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 «Основы нейминга», 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 «Основы нейминга» 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, работа с генераторами неймов и т.п.), мастер-класс.

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов целесообразно предложить студентам 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.07.02 Основы нейминга»
ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направлен-
ность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (квалификация
выпускника – бакалавр)

Зайцевым Алексеем Анатольевичем, кандидатом филологических наук, зав. кафедрой русского и иностранных языков ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева (далее по тексту - рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Основы нейминга» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (бакалавриат), 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 «Основы нейминга» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 - «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 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью». В соответствии с Программой за дисциплиной «Основы нейминга» закреплено 2 индикатора компетенции. Дисциплина «Основы нейминга» 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 «Основы нейминга» составляет 3 зачётных единицы (108 часов).

6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Основы нейминга» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 - «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 «Основы нейминга» предполагает 9 занятий в интерактивной форме.

9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью».

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

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

по выбору части учебного цикла, формируемой участниками образовательных отношений – Б1 ФГОС ВО направления 42.03.01 - «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 – 2 источника, дополнительной литературой – 4 наименования, периодической печати – 7 позиций, Интернет-ресурсы – 7 источников и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью».

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

13. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Основы нейминга».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Основы нейминга» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)» (квалификация выпускника – бакалавр), 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 русского и иностранных языков ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, кандидат филологических наук, доцент

_____ «_____» _____ 20__ г.