

КОНТРОЛЬНО - ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Наименование учебного предмета: Родной язык (русский)

Класс (ы): 12 Б

Форма обучения: очно-заочная

Уровень общего образования: среднее общее образование

Учитель: Кирсанова Е.И.

I. ПАСПОРТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Область применения

Контрольно - оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся 12 класса, осваивающих программу учебного предмета *«Родной язык (русский)»*

Контрольно-оценочные средства включают контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме *«зачёта»*

Контрольно-оценочные средства разработаны в соответствии с Федеральной примерной рабочей программой по родному языку (русскому) и Рабочей программой учебного предмета *«Родной язык (русский)»*.

1.2 Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке:

Личностные результаты

1) гражданского воспитания:

сформированность гражданской позиции обучающегося как активного и ответственного члена российского общества;
осознание своих конституционных прав и обязанностей, уважение закона и правопорядка;
принятие традиционных национальных, общечеловеческих гуманистических и демократических ценностей;

2) патриотического воспитания:

сформированность российской гражданской идентичности, патриотизма, уважения к своему народу, чувства ответственности перед Родиной, гордости за свой край, свою Родину, родной язык и культуру, прошлое и настоящее многонационального народа России;
ценностное отношение к государственным символам, историческому и природному наследию, памятникам, боевым подвигам и трудовым достижениям народа, традициям народов России; достижениям России в науке, искусстве, спорте, технологиях, труде;

3) духовно-нравственного воспитания:

осознание духовных ценностей российского народа;
сформированность нравственного сознания, этического поведения;
способность адекватно оценивать ситуацию и принимать осознанные решения, ориентируясь на морально-нравственные нормы и ценности;
осознание личного вклада в построение устойчивого будущего;

4) эстетического воспитания:

эстетическое отношение к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, труда, общественных отношений;
способность воспринимать различные виды искусства, традиции и творчество своего и других народов, ощущать эмоциональное воздействие искусства;
убеждённости в значимости для личности и общества отечественного и мирового искусства, этнических культурных традиций и народного

творчества, в том числе словесного;

готовность к самовыражению в разных видах искусства, стремление проявлять качества творческой личности, в том числе при выполнении творческих работ по родному русскому языку.

5) физического воспитания:

сформированность здорового и безопасного образа жизни, ответственного отношения к своему здоровью;

6) трудового воспитания:

готовность к активной деятельности технологической и социальной направленности, способность инициировать, планировать и самостоятельно выполнять такую деятельность, в том числе в процессе изучения родного русского языка;

интерес к различным сферам профессиональной деятельности, в том числе на основе применения изучаемого предметного знания и ознакомления с деятельностью филологов, журналистов, писателей, переводчиков, педагогов; умение совершать осознанный выбор будущей профессии и реализовывать собственные жизненные планы;

7) экологического воспитания:

сформированность экологической культуры, понимание влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды, осознание глобального характера экологических проблем;

планирование и осуществление действий в окружающей среде на основе знания целей устойчивого развития человечества;

8) ценности научного познания:

сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, способствующего осознанию своего места в поликультурном мире;

совершенствование языковой и читательской культуры как средства взаимодействия между людьми и познания мира;

осознание ценности научной деятельности, готовность осуществлять проектную и исследовательскую деятельность по родному языку индивидуально и в группе.

эмоциональный интеллект

эмпатии, включающей способность понимать эмоциональное состояние других, учитывать его при осуществлении коммуникации; способность к сочувствию и сопереживанию;

социальных навыков, включающих способность выстраивать отношения с другими людьми, заботиться о них, проявлять к ним интерес и разрешать конфликты, учитывая собственный читательский и жизненный опыт.

Метапредметные результаты:

1) Познавательные универсальные учебные действия:

-логические действия:

устанавливать существенный признак или основания для сравнения, классификации и обобщения, в том числе на материале русского родного языка;

определять цели деятельности, задавать параметры и критерии их достижения;

выявлять закономерности и противоречия рассматриваемых явлений и процессов;

разрабатывать план решения проблемы с учётом анализа имеющихся материальных и нематериальных ресурсов;

вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности;

координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия при выполнении проектов по родному языку;

-исследовательские действия:

владеть навыками учебно-исследовательской и проектной деятельности в контексте изучения предмета «Родной язык (русский)», навыками разрешения проблем, способностью и готовностью к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;

осуществлять различные виды деятельности по получению нового знания, в том числе по родному русскому языку, его интерпретации, преобразованию и применению в различных учебных ситуациях, в том числе при создании учебных и социальных проектов;

владеть научной терминологией, общенаучными ключевыми понятиями и методами;

-умения работать с информацией:

владеть навыками получения информации из источников разных типов, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления;

создавать тексты в различных форматах и жанрах с учётом назначения информации и целевой аудитории, выбирая оптимальную форму представления и визуализации (текст, презентация, таблица, схема, диаграмма, график и другие);

оценивать достоверность, легитимность информации, её соответствие правовым и морально-этическим нормам;

использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности;

2) Коммуникативные универсальные учебные действия:

-умения общения:

осуществлять коммуникации во всех сферах жизни, в том числе на уроке родного языка и во внеурочной деятельности по предмету;

распознавать невербальные средства общения, понимать значение социальных знаков, распознавать предпосылки конфликтных ситуаций и смягчать конфликты;

-умения совместной деятельности:

понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы на уроке родного языка и во внеурочной деятельности;

выбирать тематику и методы совместных действий с учётом общих интересов, и возможностей каждого члена коллектива;

принимать цели совместной деятельности, организовывать и координировать действия по её достижению: составлять план действий, распределять роли с учётом мнений участников, обсуждать результаты совместной работы;

3) Регулятивные универсальные учебные действия:

-умения самоорганизации:

самостоятельно осуществлять познавательную деятельность, выявлять проблемы, ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях;

самостоятельно составлять план решения проблемы с учётом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений;

давать оценку новым ситуациям;

расширять рамки учебного предмета на основе личных предпочтений;

-умения самоконтроля:

давать оценку новым ситуациям, вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям;
владеть навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований;
использовать приёмы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения;
оценивать риски и своевременно принимать решения по их снижению;

Предметные результаты:

Язык и культура

Осознавать и объяснять роль родного языка в жизни человека, общества, государства; смысл понятия «традиционные российские духовно-нравственные ценности»; объяснять роль русского языка в сохранении традиционных российских духовно-нравственных ценностей.

Осознавать и аргументировать необходимость ответственного отношения к использованию родного русского языка во всех сферах жизни; иметь представление о языковом многообразии Российской Федерации; проявлять уважительное отношение к национальным культурам и языкам народов России.

Осознавать взаимосвязь родного языка и родной культуры, иметь представление о ключевых словах русской культуры и их основных разрядах; анализировать и комментировать текст с точки зрения употребления в нём ключевых слов русской культуры (в рамках изученного).

Иметь представление о языке как развивающемся явлении; характеризовать процессы актуализации и пассивизации различных разрядов слов и устойчивых словосочетаний в процессе исторического развития общества и культуры народа, приводить соответствующие примеры.

Извлекать из словарей различных типов и комментировать информацию об истории и традиционной культуре, особенностях русского быта и мировоззрения русского народа.

Культура речи

Осознавать и комментировать основные причины изменения языковых норм, приводить примеры, иллюстрирующие динамику языковой нормы (в рамках изученного).

Иметь представление об основных типах речевой культуры, комментировать основные типы речевой культуры человека.

Иметь представление об изменениях орфоэпических норм современного русского литературного языка, актуальных вариантах орфоэпической и акцентологической норм современного русского литературного языка; анализировать примеры вариантов произношения и ударения в отдельных грамматических формах самостоятельных частей речи (в рамках изученного) с опорой на словарные пометы в орфоэпических словарях XXI в.

Иметь представление об изменениях лексических норм современного русского литературного языка, осознавать и объяснять причины их изменений; понимать значение словарных помет в толковых словарях XXI в. (в рамках изученного).

Иметь представление об изменениях морфологических норм современного русского литературного языка; анализировать и сопоставлять варианты форм имени существительного, глагола.

Иметь представление об орфографической вариативности в современном русском языке, орфографическом варианте; анализировать орфографические варианты (на отдельных примерах).

Анализировать и оценивать с точки зрения соблюдения норм современного русского литературного языка чужую и собственную речь; корректировать речь с учётом её соответствия основным нормам современного литературного языка.

Использовать современные толковые словари, словари синонимов, антонимов, паронимов; орфоэпические словари, грамматические словари и справочники русского языка; использовать орфографические словари и справочники по пунктуации.

Речь. Речевая деятельность. Текст

Иметь представление о тексте как средстве передачи и хранения культурных ценностей, опыта и истории народа; как памятнике культуры. Иметь представление о новых форматах текстов, функционирующих в цифровой среде; об их отличиях от традиционных текстов; о возможностях использования в текстах различных знаковых систем; об отражении в этих текстах современных тенденций к визуализации и диалогизации общения.

Владеть основными стратегиями, приёмами оптимизации процессов чтения и понимания текста. Осуществлять информационную переработку линейных текстов и гипертекстов. Использовать графику как средство упорядочения информации прочитанного и/или услышанного текста при создании вторичных текстов.

Иметь представление о специфике устной речи. Осознавать и использовать свой речевой опыт в процессе коммуникации.

Иметь представление о коммуникации в Рунете как одной из сфер общения, отражающей современное состояние русского языка и тенденции его развития; владеть культурой электронного общения.

Использовать Обучающий корпус Национального корпуса русского языка (НКРЯ) как информационно-справочный ресурс.

II. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Цель: контрольно-измерительные материалы предназначены для проведения промежуточной аттестации учащихся 12 класса и оценки их результатов освоения общеобразовательной дисциплины «Родной язык (русский)».

Форма проведения: зачёт (контрольная работа).

Работа проверяет лингвистическую компетенцию обучающихся (знания о языке и речи; умение применять лингвистические знания в работе с языковым материалом, а также опознавательные, классификационные, аналитические учебно-языковые умения и навыки). Коммуникативная компетенция проверяется в работе на уровне владения обучающимися продуктивными и рецептивными навыками речевой деятельности.

Инструкция для учащихся

На выполнение контрольной работы по родному языку (русскому) отводится **40 минут**.

Письменная работа состоит из 12 заданий. Отвечая на вопросы с 1-го по 6-й, нужно выбрать один или несколько правильных ответов из предложенных вариантов. В вопросах с 7-го по 11-й вы должны записать ответ словом, установить соответствие между понятиями. В 12-ом вопросе дать развёрнутый ответ.

Система оценивания отдельных заданий и работы в целом

Верное выполнение каждого задания с выбором ответа оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов, которое может набрать учащийся за выполнение работы, - 22.

Промежуточная аттестация по родному языку (русскому)

Прочитайте текст и выполните задания.

Знаете ли вы, что успех рекламы зависит не только от её смысловой части, но и от способа преподнесения? Именно поэтому при создании рекламного слогана часто используют креативный и главное – ни на что не похожий заголовок. Как известно, всем нравится свежая информация. Если вы хотите подкупить клиента, исследуйте его 38 ожидания. Это поможет вам придать описанию товара новизну и заинтересовать потребителя. Всех без исключения привлекают запоминающиеся рисунки, поэтому сделайте свою рекламу красочной. Уделите также внимание её различным деталям, например, решите, какой шрифт вы будете использовать. Подумайте, будет ли легко и удобно читать текст рекламы, будет ли она в целом привлекательна и интересна? Обязательно сделайте упор на самой важной для потребителя информации (скидки, достоинства товара, сувениры для клиентов). Если хотите поставить себе плюс как создателю рекламы, пригласите для участия в рекламной кампании популярную личность или используйте общеизвестные цитаты из кинофильмов. Постарайтесь употреблять поменьше выражений с отрицательными частицами, избегайте оборотов с отрицанием. Еще один совет. Рекламный текст не должен быть слишком подробным, потому что человек не в состоянии усвоить слишком большое количество информации. А ведь реклама должна быть действенной! Само собой разумеется, что информация должна всегда быть честной, без подлога и надувательства.

Один из действенных способов привлечения потенциального клиента – поставить вопрос в заглавии рекламного текста. Теоретики рекламы советуют не употреблять такие отдельные слова, как «дешево», «надёжно», «красиво», «вкусно», «гарантировано», так как они не запоминаются в контексте рекламы. Заверяйте заказчика, что покупка конкретного товара – это удобно и полезно. И даже не из-за привлекательной стоимости! В рекламном тексте также важно употреблять слова «советуем вам», «представляем вам», «потребность», «объявляем», «стремительно», «в считанные секунды» и т.п. Основной посыл вашей рекламы нужно использовать два раза: в начале сообщения и в представлении выгоды потребителю. Самое важное – не мериться силами с конкурентами. Это настораживает покупателей и противоречит закону о рекламе.

Напоследок не забудьте упомянуть о своей компании в рекламном объявлении. Юридический адрес офиса, адрес электронной почты, контактный телефон – это то, что обязательно нужно назвать будущему покупателю.

1. О чём этот текст? Выбери правильный вариант ответа.

- 1) В тексте рассказывается о создателях рекламы.
- 2) В тексте рассказывается о влиянии рекламы на потребителя.
- 3) В тексте рассказывается о том, как сделать рекламу более действенной.

Ответ: _____

2. Выбери заголовок, в котором отражается тема текста.

- 1) От чего зависит успех рекламной кампании?
- 2) Советы создателям рекламы
- 3) Реклама в нашей жизни

Ответ: _____

3. Выбери правильный вариант ответа. Создатель рекламы должен подумать, какой шрифт будет использовать, потому что...

- 1) ...шрифт украшает рекламу;
- 2) ...клиенту должно быть удобно и легко читать;

3)...свою продукцию надо сделать узнаваемой.

Ответ: _____

4. Кому он мог бы быть интересен?

Ответ: _____

5. Продолжи предложения.

1) Скидки, достоинства товара, сувениры для клиентов –

2) Вопрос в заглавии рекламного текста – это ...

3) Адрес, электронная почта, телефон – это...

Ответ: _____

6. Согласно тексту, наиболее действенна реклама, ...на которую затрачено больше денег (отметьте все варианты ответа)

1) которая содержит полную информацию о товаре или услуге. ...

2) которая красочно оформлена. ...

3) которая необычно озаглавлена. ...

4) в которой товар или услугу рекламирует известная личность. ...

5) в которой используются отрицания. ...

6) в которой детально описаны достоинства товара. ...

7) в которой товар противопоставлен товару конкурента.

Ответ: _____

Повышенный уровень знаний:

7. Вставьте подходящее по смыслу слово.

Слова для справок: *слоган, креативный, клиент, сувенир*

1) _____ – подарок на память.

2) _____ – постоянный покупатель, заказчик;

3) _____ – творческий, созидательный, новаторский;

4) _____ – запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламной привлекательности товара.

Ответ: _____

8. Установите соответствие между словом и его лексическим значением.

1. популярный	а) определенный, четко обозначенный
2. действенный	б) возможный, вероятный
3. потенциальный	в) широко известный
4. конкретный	г) способный активно действовать, воздействовать

Ответ: _____

9. Найди в тексте слова компания и кампания. Объясни их правописание.

Ответ: _____

10. Какую букву в этих словах надо вставить на месте пропуска в следующих словосочетаниях?

1) к...мпания предпринимателей 2) предвыборная к...мпания

Ответ: _____

11. Вставь пропущенные буквы.

Торгово-промышленная к...мпания «Эталон» начала рекламную к...мпанию.

Ответ: _____

Высокий уровень знаний:

12. Представь, что ты руководишь работой группы, которой надо создать рекламу. Запиши 5 наиболее важных советов для своей группы

Ответ: _____

Эталоны ответов:

Базовый уровень знаний:

1. 3

2. 2

3. 2

4. создателям рекламы

5. 1) важной для потребителя информации

2) один из действенных способов привлечения потенциального клиента

3) это то, что обязательно нужно назвать будущему покупателю.

6. 2,3,4

Повышенный уровень знаний:

7.

1) сувенир

2) клиент

3) креативный

4) слоган

8. 1в, 2г, 3б, 4а

9. Компания — это группа людей или предприятие, которое занимается торговлей или производством.

Кампания — это цикл мероприятий, необходимых для достижения цели.

10. 1) компания предпринимателей 1) 2) предвыборная кампания

11. Торгово-промышленная компания «Эталон» начала рекламную кампанию.

Высокий уровень знаний:

12. Пример ответа.

1. Изучите свою аудиторию. Перед тем, как начать создавать рекламу, необходимо изучить свою аудиторию. Кто они? Что они хотят? Какие проблемы они решают? Какие интересы у них есть?

2. Создайте уникальное сообщение. Чтобы ваша реклама была успешной, необходимо создать уникальное сообщение, которое будет привлекать внимание вашей аудитории. Это может быть что-то забавное, неожиданное или просто уникальное.

3. Используйте правильные каналы. Существует множество каналов для продвижения рекламы: телевидение, радио, печатные издания, интернет и многое другое.

4. Будьте творческими. Реклама должна быть творческой, чтобы привлекать внимание и запоминаться. Используйте необычные идеи, забавные концепции и визуальные эффекты, чтобы сделать вашу рекламу более привлекательной для вашей аудитории.

5. Оптимизируйте рекламные кампании. Регулярно отслеживайте показатели эффективности рекламных кампаний и вносите изменения, если необходимо.

Максимальное количество за выполнение работы - 22 балла

Критерии оценивания

«5»	«4»	«3»	«2»	«1»
20 – 22 б.	17 – 19 б.	12 – 16 б.	0 - 11 б.	0 б. – не приступал к выполнению задания