

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение развития территорий



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Язык рекламы БЗ+.ДВ.9

Направление подготовки: 050100.62 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: География и иностранный (английский) язык

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Баранова А.Р.

Рецензент(ы):

Валеев А.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Сакаева Л. Р.

Протокол заседания кафедры No ___ от "___" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение развития территорий):

Протокол заседания УМК No ___ от "___" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2015

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Баранова А.Р. кафедра английского языка в сфере высоких технологий отделение Высшая школа иностранных языков и перевода , Alfiya.Baranova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

расширить знания студентов в области лингвистики и языкознания на основе изучения особенностей рекламных текстов, написанных на русском и на одном из наиболее распространенных международных языков - английском, изучение лексико-грамматических трудностей, стилистики, семантики, приемов языкового манипулирования и синтаксиса. Актуальной является проблема адаптации иноязычного рекламного видео сообщения, которая требует не только хорошего знания языкового материала, но и учета экстралингвистических факторов. На примере рекламных текстов демонстрируются способы перевода:

- длинных исходных англоязычных фраз и их адаптацию на русский язык с учетом типологических различий русского (синтетического) и английского (аналитического) языков;
- различных грамматических конструкций, поиск соответствий в русском языке;
- неологизмов, сложных слов, фразовых глаголов.

Также с помощью рекламных текстов показываются особенности морфологической, синтаксической, семантической систем английского языка.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " БЗ+.ДВ.9 Профессиональный" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе, 10 семестр.

Дисциплина "Язык рекламы" входит в Вариативную (обязательную) часть "Гуманитарного, социального и экономического цикла" - Б.3.2/Зв.6 в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) при реализации основных образовательных программ бакалавриата по направлению подготовки 050100 Педагогическое образование.

Дисциплина "Язык рекламы" расширяет знания студентов в области лингвистики и языкознания, дает представление об особенностях английского языка, в частности лексики и синтаксиса, на примере англоязычных рекламных текстов.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
опк-4	способность нести ответственность за результаты своей профессиональной деятельности
опк-4	способность нести ответственность за результаты своей профессиональной деятельности
СК-4	владение современными информационными и коммуникативными технологиями; современными формами и средствами диагностики качества усвоения учебного материала и коррекции результатов обучения

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
СК-6	умение составлять учебно-методическую документацию по преподаванию иностранных языков (УМК, учебно-методические карты, планы занятий); определять этапы и результаты достижения промежуточных и конечных целей обучения для планирования учебного процесса; составлять контрольные задания для диагностики качества усвоения учебного материала по иностранным языкам

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

лексические и синтаксические особенности языка англоязычной рекламы

2. должен уметь:

Уметь грамотно переводить рекламные сообщения с английского языка на русский и наоборот с учетом лингвистических и экстралингвистических факторов;

3. должен владеть:

лексическими и синтаксическими особенностями языка англоязычной рекламы

переводить рекламные сообщения с английского языка на русский и наоборот с учетом лингвистических и экстралингвистических факторов

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 10 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Реклама и рекламный текст. Виды рекламы. Структура рекламного текста	10		0	10	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Работа с рекламными роликами. Работа с рекламной лексикой. Экспрессивность словообразования.	10		0	10	0	
3.	Тема 3. Синтаксис рекламных сообщений. Динамический синтаксис	10		0	10	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	10		0	0	0	зачет
	Итого			0	30	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Реклама и рекламный текст. Виды рекламы. Структура рекламного текста *практическое занятие (10 часа(ов)):*

Рекламный текст, реклама, бренд, слоган. Основные составные части рекламного текста, его виды и структура.

Тема 2. Работа с рекламными роликами. Работа с рекламной лексикой. Экспрессивность словообразования. *практическое занятие (10 часа(ов)):*

Основные способы словообразования в английском языке, способы словообразования, наиболее часто встречающиеся в рекламных текстах. Экспрессивное словообразование и его роль в рекламе.

Тема 3. Синтаксис рекламных сообщений. Динамический синтаксис *практическое занятие (10 часа(ов)):*

Основные синтаксические особенности английского языка, основные типы предложений. Особенности синтаксиса рекламных текстов. Динамический синтаксис.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Реклама и рекламный текст. Виды рекламы. Структура рекламного текста	10		подготовка к контрольной работе	15	контрольная работа
2.	Тема 2. Работа с рекламными роликами. Работа с рекламной лексикой. Экспрессивность словообразования.	10		подготовка к контрольной работе	15	контрольная работа

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Синтаксис рекламных сообщений. Динамический синтаксис	10		подготовка к контрольной работе	12	контрольная работа
	Итого				42	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Доступ студентов к компьютеру с Microsoft Office или аналогичным программным обеспечением.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Реклама и рекламный текст. Виды рекламы. Структура рекламного текста

контрольная работа, примерные вопросы:

Контрольная работа 1 1. Какие виды рекламы вы знаете (с примерами): - по охвату аудитории? - по каналу передачи информации? - по цели? 2. . Какие основные части рекламного текста вы знаете? Каковы их особенности? В чем их специфика? 3. Определите основные составные части рекламного текста, определите, к какому виду рекламы он относится? Transform your lips with new glam shine. New glam shine from L?Oreal Paris. It?s unique. A new heart shaped wand, boasts with moisturizing glass. Its smoothes and sweets on liquid crystal shine. Glamorous, moisturized and mirror shine. Indulge in the new crystal?s collection. New Glam Shine from L?Oreal, with the unique culture involved. Are you ready to make the world shine? Hitachi: Reliable data storage solutions. At Hitachi, we understand that data is fundamental to everything your business does. Beyond capacity, it?s about security, reliability and business alignment. That?s why our systems are increasing data availability and lowering costs for some of the world?s biggest companies. Visit us at ? Hitachi ? Inspire the Next.

Тема 2. Работа с рекламными роликами. Работа с рекламной лексикой. Экспрессивность словообразования.

контрольная работа, примерные вопросы:

Контрольная работа 2 1. Какие способы словообразования английского языка вы знаете? 2. Что такое экспрессивное словообразование? 3. Определите, каким способом было образовано наименование следующих брендов: Coca-Cola, IBM, Microsoft, GE, Nokia, McDonald?s, Google, Toyota, Intel, Disney, HP, Mercedes-Benz, Gillette, Cisco, BMW, Louis Vuitton, Marlboro, Honda, Samsung, Apple, H&M, American Express, Pepsi, Oracle, Nescafe, Nike, SAP, Ikea, SONY, Budweiser, UPS, HSBC, Canon, Kellogg?s

Тема 3. Синтаксис рекламных сообщений. Динамический синтаксис

контрольная работа, примерные вопросы:

Контрольная работа 3 1. Какие виды предложений существуют, какие характерны для английской рекламы и почему? 2. Что такое динамический синтаксис? 3. Сравните тексты двух рекламных роликов: англоязычного и его адаптации на русский язык. Объясните изменения, которые были произведены? Английский вариант Скарлетт Йохансон: Transform your lips with new glam shine. Голос за кадром: New glam shine from L?Oreal Paris. It?s unique. A new heart shaped wand, boasts with moisturizing glass. Its smoothes and sweets on liquid crystal shine. Glamorous, moisturized and mirror shine. Indulge in the new crystal?s collection. New Glam Shine from L?Oreal, with the unique culture involved. Скалетт Йохансон: Are you ready to make the world shine? Скарлетт Йохансон: Because you worth it. Русский вариант Скарлетт Йохансон: Превратите ваши губы в зеркало. Голос за кадром: Новшество, губная помада Glam Shine от L?Oreal. Уникальна. Новый аппликатор в форме сердца наполненный увлажняющей текстурой. Он скользит и покрывает губы блеском жидкого кристалла. Роскошный объем, увлажнение и зеркальный блеск гарантированы. Окунитесь в самое сердце блеска. Glam Shine от L?Oreal. Поддайтесь искушению новой коллекции ?Кристаллы?.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Перечень вопросов к зачету

1. Реклама.
2. Виды рекламы.
3. Структура рекламного текста.
4. Словообразование в англоязычной рекламе.
5. Словообразование имен брендов.
6. Экспрессивное словообразование.
7. Синтаксис рекламных сообщений.
8. Динамический синтаксис.
9. Особенности перевода англоязычных рекламных роликов на русский язык.

7.1. Основная литература:

1. Английский язык для студентов естественно-научных факультетов = English for sciences : учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования / Е. Э. Кожарская, Ю. А. Даурова ; под ред. проф. Л. В. Полубиченко .? 2-е изд., испр. ? Москва : Академия, 2012 .? 173, [2] с. : ил. ; 22 .? (Высшее профессиональное образование, Естественные науки) (Бакалавриат) .? ISBN 978-5-7695-9216-4 ((в пер.)) , 1000.
2. New English file : intermediate : student's book / Clive Oxenden, Christina Latham-Koenig .? Oxford : Oxford Univ. Press, 2006 .? 159, [1] с. : ил., цв. ил. ; 28 + Прил. (64 с.) .? Загл. прил.: New English file: intermediate: workbook/ C. Oxenden, Ch. Latham-Koenig, T. Byrne. -- Oxford: Oxford Univ. Press, 2006. -- ISBN 0-19-451804-3. -- 196,00.
3. English vocabulary in Use : upper-intermediate / Michael McCarthy, Felicity O'Dell .? 2nd ed. ? [Cambridge et al.] : Cambridge Univ. Press, [2005] .? VI, 309 с. : ил. ; 24 .? Указ.: с. 281-307 .? ISBN 0-521-66435-7 .? ISBN 978-0-521-66435-6.

7.2. Дополнительная литература:

1. English grammar in Use: A self-study reference and practice book for intermediate students: With answers / R.Murphy .? 2nd ed. ? Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2001 .? X,350с. : ил. ? Ind.: с.344-350 .? ISBN 0-521-43680-X : 148.60 .? ISBN 0-521-49869-4.
2. Essential grammar in Use : a self-study reference and practice book for elementary students of English : with answers / Raymond Murphy .? 9th ed. ? [Cambridge] : Cambridge Univ. Press, [1994] .? X, 259 с. : ил. ; 26 .? Указ.: с. 254-259 .? ISBN 0-521-35770-5, 15 000 .? ISBN 0-521-35771-3.

7.3. Интернет-ресурсы:

все о рекламе - <http://www.sostav.ru/>
история рекламы в США - <http://www.ushistory.ru/>
новости о рекламе - <http://www.advertka.ru/>
особенности рекламы стран мира - <http://www.adme.ru/>
реклама в России - <http://www.rwr.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Язык рекламы" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Доступ студентов к компьютеру с Microsoft Office или аналогичным программным обеспечением.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование" и профилю подготовки География и иностранный (английский) язык .

Автор(ы):

Баранова А.Р. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Валеев А.А. _____

"__" _____ 201__ г.