

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа русской и зарубежной филологии им. Льва Толстого



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский

» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Лингвистическое обеспечение рекламы Б1.В.ДВ.12

Направление подготовки: 44.03.01 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Русский язык

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Щуклина Т.Ю.

Рецензент(ы):

Кульшарипова Р.Э.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Горобец Е. А.

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

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации (Высшая школа русской и зарубежной филологии им. Льва Толстого):

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

Регистрационный No 9022275819

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. (доцент) Щуклина Т.Ю. кафедра прикладной и экспериментальной лингвистики Высшая школа русской и зарубежной филологии им. Льва Толстого, Tatyana.Schuklina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Дать представление о языке рекламы, изучить возможности творческого, индивидуального использования языкового материала для повышения выразительности и эффективности рекламного текста, продемонстрировать приемы и средства, которые используются в русских рекламных текстах, таким образом способствовать накоплению теоретического и практического материала, стимулирующего творческий потенциал будущего креатора.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.12 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 44.03.01 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе, 9, 10 семестры.

Данная учебная дисциплина осваивается на 5-6 курсах курсе, в 9-10 семестрах.

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у обучающихся в результате прослушивания таких курсов, как "Словообразование", "Лексика", "Морфология", "Введение в языкознание", "Синтаксис", "Стилистика".

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|---|---|
| ОК-4 (общекультурные компетенции) | способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия |
| ОК-5 (общекультурные компетенции) | способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, культурные и личностные различия |
| ОК-6 (общекультурные компетенции) | способностью к самоорганизации и самообразованию |
| ОПК-2 (профессиональные компетенции) | способностью осуществлять обучение, воспитание и развитие с учетом социальных, возрастных, психофизических и индивидуальных особенностей, в том числе особых образовательных потребностей обучающихся |
| ОПК-5 (профессиональные компетенции) | владением основами профессиональной этики и речевой культуры |
| ПК-3 (профессиональные компетенции) | способностью решать задачи воспитания и духовно-нравственного развития обучающихся в учебной и внеучебной деятельности |

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

теоретический материал в объеме курса

2. должен уметь:

анализировать и оценивать рекламу посредством системы определенных критериев; использовать лингвистические ресурсы для создания рекламного текста

3. должен владеть:

владеть навыками анализа и оценки рекламных текстов различных жанров; нормами современного русского литературного языка при составлении текстов рекламной коммуникации, навыками создания рекламного дискурса

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения ;

- способен понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества ;

- способен логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь ;

- способен использовать навыки публичной речи, ведения дискуссии и полемики ;

- способен к подготовке и редактированию текстов профессионального и социально значимого содержания ;

способен реализовывать учебные программы базовых и элективных курсов в различных образовательных учреждениях;

- способен к диахроническому осмыслению и синхронному анализу языковых явлений с целью понимания механизмов функционирования и тенденций развития русского языка ;

- способен выделять и анализировать единицы различных уровней языковой системы в единстве их содержания, формы и функций;

- способен использовать приемы анализа текстов различных видов и жанров;

- способен к толерантному общению в полиэтнической и поликультурной среде

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: отсутствует в 9 семестре; 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 | Практи- ческие занятия | Лабора- торные работы | |

| | | | | | | | |
|--|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | Тема 1. Фонетика рекламного | | | | | | |
|--|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|

текста. Лексико-семантические особенности языковых единиц, репрезентирующих рекламу.

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|---|---------|--------------------|---|------------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| | | | | Лекции | Практи- ческие занятия | Лабора- торные работы | |
| 2. | Тема 2. Словообразование в языке рекламы. Грамматические особенности языка рекламы. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте. | 9 | | 1 | 3 | 0 | Устный опрос |
| 3. | Тема 3. Язык рекламы и культура речи Игровое начало в рекламном тексте. Игровые приемы в русском рекламном тексте. | 10 | | 2 | 4 | 0 | Творческое задание |
| . | Тема . Итоговая форма контроля | 10 | | 0 | 0 | 0 | Зачет |
| | Итого | | | 4 | 10 | 0 | |

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Фонетика рекламного текста. Лексико-семантические особенности языковых единиц, репрезентирующих рекламу.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Фонетика в рекламе. Графика в рекламе. Использование неологизмов в современной рекламе. Многозначность. Сочетаемость слов. Жаргонизмы в рекламном тексте.

практическое занятие (3 часа(ов)):

Фонетическая полисемия, основанная на эффектах сращения и расщепление слова; искажение фонетического облика слова; использование звукового подобия слов; "проглатывание" звуков и т.д. Графо-стилистические приемы в рекламном тексте. Шрифтовая, цветовая, пространственная, пунктуационная графика.

Тема 2. Словообразование в языке рекламы. Грамматические особенности языка рекламы. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Словообразование в рекламе. Грамматические особенности языка рекламы. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте.

практическое занятие (3 часа(ов)):

Словотворческие процессы в рекламе. Синтаксические особенности языка рекламы: антитезы, анафоры, вопросно-ответные конструкции, риторические обращения, парцелляция, сегментированные конструкции, номинативные предложения и др. Функционирование грамматических категорий числа, количественности и размерности. Формы сравнительной и превосходной степеней прилагательных. Использование категорий одушевленности; собственности и нарицательности. Метафора, аналогия и сравнение, гиперболы в рекламном тексте.

Тема 3. Язык рекламы и культура речи Игровое начало в рекламном тексте. Игровые приемы в русском рекламном тексте.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Атинормализаторство в рекламе. Образность как источник формирования языковой игры в рекламе.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Лексические и морфологические средства создания языковой игры в рекламном тексте.
Фонетическая игра в рекламе. Графика как элемент игры в рекламе.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

| № | Раздел дисциплины | Се- местр | Неде- ля семе- стра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудо- емкость (в часах) | Формы контроля самосто- ятельной работы |
|----|---|--------------|------------------------------|--|-----------------------------------|---|
| 1. | Тема 1. Фонетика рекламного текста. Лексико-семантические особенности языковых единиц, репрезентирующих рекламу. | 9 | | подготовка к реферату | 15 | реферат |
| 2. | Тема 2. Словообразование в языке рекламы. Грамматические особенности языка рекламы. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте. | 9 | | подготовка к устному опросу | 15 | устный опрос |
| 3. | Тема 3. Язык рекламы и культура речи. Игровое начало в рекламном тексте. Игровые приемы в русском рекламном тексте. | 10 | | подготовка к творческому заданию | 24 | творчес- кое задание |
| | Итого | | | | 54 | |

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, устный опрос, презентации, творческое задание, реферат.

При проведении занятий рекомендуется использование активных и интерактивных форм занятий (деловых и ролевых игр, проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, коммуникативного эксперимента, коммуникативного тренинга, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, должен составлять не менее 20 % аудиторных занятий.

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

Тема 1. Фонетика рекламного текста. Лексико-семантические особенности языковых единиц, репрезентирующих рекламу.

реферат , примерные темы:

Темы: Многозначность в рекламном тексте. Жаргонизмы в рекламе. Графо-стилистические приемы в рекламном тексте

Тема 2. Словообразование в языке рекламы. Грамматические особенности языка рекламы. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте.

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы: Окказиональные способы образования слов в рекламе. Синтаксические особенности языка рекламы: антитезы, анафоры, вопросно-ответные конструкции, риторические обращения, парцелляция, сегментированные конструкции, номинативные предложения и др. Функционирование грамматической категории числа. Функционирование грамматических категорий количественности и размерности. Функционирование формы сравнительной и превосходной степеней прилагательных. Метафора, аналогия и сравнение, гипербола в рекламном тексте. Использование категорий одушевленности; собственности и нарицательности.

Тема 3. Язык рекламы и культура речи Игровое начало в рекламном тексте. Игровые приемы в русском рекламном тексте.

творческое задание , примерные вопросы:

Составить рекламный текст-игру.

Итоговая форма контроля

зачет (в 10 семестре)

Примерные вопросы к итоговой форме контроля

Фонетика в рекламе.

Графо-стилистические приемы в рекламном тексте.

Лексико-семантические особенности рекламного текста.

Использование неологизмов в современной рекламе. Многозначность. Сочетаемость слов. Многозначность в рекламном тексте.

Жаргонизмы в рекламе.

Окказиональные способы образования слов в рекламе.

Синтаксические особенности языка рекламы: антитезы, анафоры, вопросно-ответные конструкции, риторические обращения, парцелляция, сегментированные конструкции, номинативные предложения и др.

Функционирование грамматической категории числа.

Функционирование грамматических категорий количественности и размерности.

Функционирование формы сравнительной и превосходной степеней прилагательных.

Метафора, аналогия и сравнение, гипербола в рекламном тексте.

Использование категорий одушевленности; собственности и нарицательности.

Антинормализаторство в рекламе.

Языковая игра в рекламе и способы ее создания.

7.1. Основная литература:

Алефиренко, Н.Ф. Текст и дискурс : учеб. пособие для магистрантов / Н.Ф. Алефиренко, М.А. Голованева, Е.Г. Озерова, И.И. Чумак-Жунь. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 232 с. - ISBN 978-5-9765-1040-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1034884> - Текст : электронный. - URL: <http://znaniium.com/catalog/product/1034884>

Вернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) Реклама / Ю.С. Вернадская. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 288 с. -(Серия 'Азбука рекламы'). - ISBN 978-5-238-01382-4. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/1028768>

Руженцева, Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Б. Руженцева. - М.: ФЛИНТА : Наука, 2011. - 184 с. <http://znaniium.com/catalog/product/409883>

7.2. Дополнительная литература:

Колокольцева, Т. Н. Рекламный дискурс и рекламный текст [Электронный ресурс] : коллективная монография / Науч. ред. Т. Н. Колокольцева. - М. : Флинта : Наука, 2011. - 296 с. <http://znaniium.com/catalog/product/406010>

Лейчик В.М. Реклама: язык, речь, общение: Учебное пособие / Под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 288 с. <http://znaniium.com/catalog/product/243081>

7.3. Интернет-ресурсы:

bibliorossica.com - www.bibliorossica.com/book.html?currBookId

gramma.ru - www.gramota.ru

philol.ru - www.philol.ru

rusforus.ru - www.rusforus.ru

znaniium.com - <http://znaniium.com/bookread.php?book>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Лингвистическое обеспечение 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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

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, audi, 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 "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

-Учебные пособия

- Первоисточники: научные труды ученых-лингвистов

- Хрестоматии

- Презентации по заданным темам

- Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 44.03.01 "Педагогическое образование" и профилю подготовки Русский язык .

Автор(ы):

Щуклина Т.Ю. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Кульшарипова Р.Э. _____

"__" _____ 201__ г.