

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение русской и зарубежной филологии



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Лингвистическое обеспечение рекламы БЗ.ДВ.13

Направление подготовки: 050100.62 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Образование в области русского языка

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Мардиева Л.А.

Рецензент(ы):

-

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Горобец Е. А.

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

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации
(отделение русской и зарубежной филологии):

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

Регистрационный No 902226516

Казань
2016

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) Мардиева Л.А. Кафедра русского языка и прикладной лингвистики отделение русской и зарубежной филологии , Lejla.Mardieva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Определить место рекламы в системе функциональных стилей русского языка, дать представление о специфике его лингвистической природы, научить с помощью определенной системы содержательных и формальных критериев анализировать, оценивать, а также проектировать рекламные тексты.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.13 Профессиональный" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе, 10 семестр.

111

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения
ОК-3 (общекультурные компетенции)	способностью понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности базовыми культурными ценностями, современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества
ОК-6 (общекультурные компетенции)	способностью логически верно выстраивать устную и письменную речь
ОПК-3 (профессиональные компетенции)	владением основами речевой профессиональной культуры
ОПК-6 (профессиональные компетенции)	способностью к подготовке и редактированию текстов профессионального и социально значимого содержания
СКР7	готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания для определения и решения исследовательских задач в области образования

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

теоретический материал по основным разделам дисциплины и иметь системное представление о языке различных видов рекламы

2. должен уметь:

анализировать единицы различных уровней языковой системы в рекламном тексте, а также оценивать рекламу посредством системы определенных критериев, используя в качестве инструментария изобразительно-выразительные средства языка;

3. должен владеть:

приемами анализа рекламных текстов различных жанров; методом оценки рекламы на практике, то есть приобрести умение четко формулировать задание, контролировать его исполнение и профессионально оценивать результат.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 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. Общая характеристика рекламы	10	1	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Язык рекламы: нормативный и когнитивный подходы	10	2	2	2	0	реферат
3.	Тема 3. Язык рекламы: психолингвистический, социокультурный и функционально-стилистический аспекты	10	3,4	0	4	0	письменная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	10		0	0	0	зачет
	Итого			4	8	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Общая характеристика рекламы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Определение понятия "реклама". Характерные черты рекламы: способность привлечь внимание; сила воздействия на эмоции потребителей; результативность воздействия; информативность. Цели, функции и типы рекламы. Жанры и разновидности рекламы: объявление, заметка, интервью, строчная, или рубрицированная, реклама и др.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Жанровая классификация рекламных текстов. Основные требования к рекламным текстам.

Структура рекламы

Тема 2. Язык рекламы: нормативный и когнитивный подходы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основные особенности языка рекламы: образность, афористичность, лаконичность, синтаксическая расчлененность, диалогичность рекламного текста, мотивирующий характер рекламы и др.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Фонетика рекламного текста. Лексико-семантические особенности языковых единиц, репрезентирующих рекламу. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте: эпитеты, метафоры, гиперболы и др. Словообразование в языке рекламы.

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

Тема 3. Язык рекламы: психолингвистический, социокультурный и функционально-стилистический аспекты

практическое занятие (4 часа(ов)):

Психология восприятия рекламных текстов. Лингвопсихологический аспект языка рекламы: конкретность, доказательность, и доходчивость, краткость и лаконичность, оригинальность, литературная грамотность. Связь рекламы с процессом развития общества: экономической, социальной, политической и культурной жизнью. Место рекламы в системе функциональных стилей русского языка Особенности функционального поля современной рекламы.

Стилистика рекламного текста. Стилистические функции языковых единиц в рекламе. Разговорный, просторечный и книжный характер языковых единиц рекламных текстов. Экспрессивность, оценочность, эмоциональность языка рекламы

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. Общая характеристика рекламы	10	1	подготовка к устному опросу	16	устный опрос
2.	Тема 2. Язык рекламы: нормативный и когнитивный подходы	10	2	подготовка к реферату	20	реферат
3.	Тема 3. Язык рекламы: психолингвистический, социокультурный и функционально-стилистический аспекты	10	3,4	подготовка к письменной работе	20	письменная работа
	Итого				56	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Рекомендуемые образовательные технологии: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов, контрольная работа, тест, сочинение - отзыв, творческий проект рекламы, диагностирование в начале и конце изучения дисциплины.

При проведении занятий рекомендуется использование активных и интерактивных форм занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, коммуникативного эксперимента, коммуникативного тренинга, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

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

Тема 1. Общая характеристика рекламы

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы для подготовки к опросу: Определение понятия ?реклама?. Лингвистическое определение понятия "реклама". Характерные черты рекламы. Цели, функции и типы рекламы.

Тема 2. Язык рекламы: нормативный и когнитивный подходы

реферат , примерные темы:

Примерные темы рефератов: 1. Реклама в деловой речи. 2. Жанры газетно-журнальной рекламы. 3. Язык и стиль рекламы. 4. Изобразительно-выразительные средства языка рекламы. 5. Языковое манипулирование в связи с особенностями явных и скрытых сравнений, используемых в рекламных текстах.

Тема 3. Язык рекламы: психолингвистический, социокультурный и функционально-стилистический аспекты

письменная работа , примерные вопросы:

Примерные темы письменных работ: Язык в рекламе: неологизмы и непристойности. Речь и речевая норма в рекламном тексте. Словообразовательные особенности языковых единиц в рекламном тексте. Синтаксис текста и язык рекламы. 10. Слоган как структурно-семантический компонент рекламного текста

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Примерные вопросы к зачету

1. Определение понятия 'реклама'. Характерные черты рекламы.
2. Цели, функции и типы рекламы.
3. Жанры и разновидности рекламы: объявление, заметка, интервью, строчная, или рубрицированная, реклама и др.
4. Основные требования к рекламным текстам.
5. Структура рекламы.
6. Основные особенности языка рекламы.
7. Лексико-семантические особенности языковых единиц, репрезентирующих рекламу.
8. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте.
9. Словотворчество рекламистов.
9. Синтаксические особенности языка рекламы.
10. Психология восприятия рекламных текстов.
11. Лингвopsихологический аспект языка рекламы.
12. Связь рекламы с процессом развития общества: экономической, социальной, политической и культурной жизнью.
13. Место рекламы в системе функциональных стилей русского языка.
14. Стилистика рекламного текста.
15. Стилистические функции языковых единиц в рекламе.
16. Разговорный, просторечный и книжный характер языковых единиц рекламных текстов.
17. Экспрессивность, оценочность, эмоциональность языка рекламы.
18. Этноспецифика рекламного текста.

7.1. Основная литература:

1. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие. - Москва: Дашков и К, 2012. - 325 с - Режим доступа.// <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7805>
 2. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия : учеб. Пособие.-Москва: Флинта, 2013.-209 с. - Режим доступа// <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7450>
- Чернявская, В. Е. Дискурс власти и власть дискурса : проблемы речевого воздействия [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. ? 2-е изд., стер. ? М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. ? 128 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=457226>
3. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс : учебное пособие . - Москва: Флинта, 2011.-225 с.- Режим доступа// <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7354>
- Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс : учебное пособие . - Москва: Флинта, 2011.-225 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=409942>

7.2. Дополнительная литература:

- доступа- Режим доступа//<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7792>
- Антипов, К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : Учебник / К. В. Антипов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 328 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=415267>
2. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы Москва: Дашков и К, 2012.-540 с - Режим доступа.//<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=3636>
- Панкратов Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 540 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=354029>
3. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник для бакалавров .-Москва: Москва: Дашков и К, 2013.- 489 с. - Режим доступа// <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7736>

7.3. Интернет-ресурсы:

- библиотечная система - <http://znanium.com>
- библиотечная система - www.bibliorossica.com
- Портал Грамота.Ру - <http://www.gramota.ru>
- Русский филологический портал - <http://www.philology.ru/>
- Филология в Сети - <http://ruthenia.ru/tiutcheviana/search/sites/linglist.html>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

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

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.

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.

Аудиторный фонд.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование" и профилю подготовки Образование в области русского языка .

Автор(ы):

Мардиева Л.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

"__" _____ 201__ г.