

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



подписано электронно-цифровой подписью

### Программа дисциплины

#### Особенности русского рекламного дискурса М1.ДВ.2

Направление подготовки: 032700.68 - Филология

Профиль подготовки: Филологическое обеспечение менеджмента, деловой сферы и PR

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Щуклина Т.Ю.

**Рецензент(ы):**

Мардиева Л.А.

#### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Фаттахова Н. Н.

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 902296514

Казань  
2014

## 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 русского языка и методики преподавания отделение русской и зарубежной филологии им. Л.Н.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 " М1.ДВ.2 Общенаучный" основной образовательной программы 032700.68 Филология и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 2 курсе, 3 семестр.

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-1 (общекультурные компетенции)	владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения
ОК-2 (общекультурные компетенции)	способен анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способен использовать возможности образовательной среды, в том числе информационной, для обеспечения качества учебно-воспитательного процесса
ПК-5 (профессиональные компетенции)	готов включаться во взаимодействие с родителями, коллегами, социальными партнерами, заинтересованными в обеспечении качества учебно-воспитательного процесса
ПК-6 (профессиональные компетенции)	способен организовывать сотрудничество обучающихся и воспитанников
ПК-8 (профессиональные компетенции)	способен разрабатывать и реализовывать культурно-просветительские программы для различных категорий населения, в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий

В результате освоения дисциплины студент:

- должен знать:  
теоретический материал в объеме курса
- должен уметь:

анализировать и оценивать рекламу посредством системы определенных критериев; использовать лингвистические ресурсы для создания рекламного текста, создать рекламный текст-игру

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 ориентироваться в основных этапах развития русского словообразования, актуальных проблемах и дискуссионных вопросах теории словообразования; способен дифференцировать лингвистические концепции представителей различных словообразовательных школ; умеет формировать тезаурус того или иного лингвиста или школы в целом;

способен к осмыслению и анализу словообразовательных явлений и категорий с целью понимания механизмов функционирования и тенденций развития русского языка

способен выделять и анализировать единицы словообразовательной системы в единстве их содержания, формы и функций

знать теоретический материал по основным разделам дисциплины; научные теории по актуальным проблемам словообразования; научные достижения в области современного словообразования;

способен применить навыки анализа и систематизации научных теорий, установления взаимосвязи и преемственности словообразовательных концепций; работы с первоисточниками, с библиографическим материалом по словообразованию.

Владеет основами исследовательской работы

Готов использовать систематизированные теоретические и практические знания в исследовательской работе

#### **4. Структура и содержание дисциплины/ модуля**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 3 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 как социокультурный феномен современности.	3	1-5	2	4	0	
2.	Тема 2. Основные особенности русского рекламного дискурса (нормативный и когнитивный подходы)	3	6-9	2	10	0	
3.	Тема 3. Основные особенности русского рекламного дискурса (психолингвистический, социокультурный и функционально-стилистический аспекты)	3	10-18	2	10	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	зачет
	Итого			6	24	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Реклама как социокультурный феномен современности.

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Понятие ?реклама?. Реклама в ее отношении к смежным областям журналистики, культуры и искусства. Характерные черты рекламы. Цели, функции и типы рекламы. Жанры и разновидности рекламы: объявление, заметка, интервью, строчная, или рубрицированная, реклама и др. Основные требования к рекламным текстам. Структура рекламы.

###### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

Реклама в ее отношении к смежным областям журналистики, культуры и искусства. Характерные черты рекламы. Цели, функции и типы рекламы. Жанры и разновидности рекламы: объявление, заметка, интервью, строчная, или рубрицированная, реклама и др. Основные требования к рекламным текстам. Структура рекламы.

##### Тема 2. Основные особенности русского рекламного дискурса (нормативный и когнитивный подходы)

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Фонетика рекламного текста. Лексико-семантические особенности языковых единиц, репрезентирующих рекламу. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте: эпитеты, метафоры, гиперболы, аналогия, сравнение и др. Словообразование в языке рекламы. Синтаксические особенности языка рекламы: антитезы, анафоры, вопросно-ответные конструкции, риторические обращения, парцелляция, сегментированные конструкции, номинативные предложения и др. 6-9 2 10 26 Пр 6-9 Реферат 6-9 Язык рекламы и культура речи Игровое начало в рекламном тексте. Игровые приемы в русском рекламном тексте.

###### **практическое занятие (10 часа(ов)):**

Фонетика рекламного текста. Лексико-семантические особенности языковых единиц, репрезентирующих рекламу. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте: эпитеты, метафоры, гиперболы, аналогия, сравнение и др. Словообразование в языке рекламы. Синтаксические особенности языка рекламы: антитезы, анафоры, вопросно-ответные конструкции, риторические обращения, парцелляция, сегментированные конструкции, номинативные предложения и др. Язык рекламы и культура речи. Игровое начало в рекламном тексте. Игровые приемы в русском рекламном тексте.

**Тема 3. Основные особенности русского рекламного дискурса (психолингвистический, социокультурный и функционально-стилистический аспекты)**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

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.

**практическое занятие (10 часа(ов)):**

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. Реклама как социокультурный феномен современности.	3	1-5	подготовка презентации	26	презентация
2.	Тема 2. Основные особенности русского рекламного дискурса (нормативный и когнитивный подходы)	3	6-9	подготовка реферата	26	реферат
3.	Тема 3. Основные особенности русского рекламного дискурса (психолингвистический, социокультурный и функционально-стилистический аспекты)	3	10-18	подготовка к устному опросу	26	устный опрос
	Итого				78	

**5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения**

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



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

### **Тема 1. Реклама как социокультурный феномен современности.**

презентация, примерные вопросы:

Реклама и СМИ. Реклама как феномен культуры. Реклама: типология, жанры, структура. Нормативный аспект изучения языка рекламы. Когнитивный аспект изучения языка рекламы. Психолингвистический аспект изучения языка рекламы. Социокультурный аспект изучения языка рекламы. Функционально-стилистический аспект изучения языка рекламы. Слоган как структурно-семантический компонент рекламного текста. Реклама в деловой речи. Жанры газетно-журнальной рекламы.

### **Тема 2. Основные особенности русского рекламного дискурса (нормативный и когнитивный подходы)**

реферат, примерные темы:

Фонетика рекламного текста. Лексико-семантические особенности языковых единиц, репрезентирующих рекламу. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламном тексте: эпитеты, метафоры, гиперболы, аналогия и сравнение. Словообразование в языке рекламы. Морфологические особенности рекламного дискурса. Синтаксические особенности языка рекламы. Функции и значимость языковой игры в рекламе. Игровые приемы в русском рекламном тексте Языковая игра в печатной рекламе Языковая игра в радиорекламе Языковая игра в телерекламе

### **Тема 3. Основные особенности русского рекламного дискурса (психолингвистический, социокультурный и функционально-стилистический аспекты)**

устный опрос, примерные вопросы:

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.

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

Понятие "реклама". Реклама в ее отношении к смежным областям журналистики, культуры и искусства. Характерные черты рекламы. Цели, функции и типы рекламы. Жанры и разновидности рекламы: объявление, заметка, интервью, строчная, или рубрицированная, реклама и др. Основные требования к рекламным текстам. Структура рекламы. 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. Язык рекламы и культура речи.

Игровое начало в рекламном тексте. Игровые приемы в русском рекламном тексте.

Игры с многозначностью. Игры с сочетаемостью слов. Жаргонизмы в рекламном тексте. Морфологические игры. Графика как элемент игры в рекламе. Фонетическая игра в рекламе. Лингвopsихологический аспект языка рекламы: конкретность, доказательность, и доходчивость, краткость и лаконичность, оригинальность, литературная грамотность. Связь рекламы с процессом развития общества. Место рекламы в системе функциональных стилей русского языка. Стилистика рекламного текста. Стилистические функции языковых единиц в рекламе. Разговорный, просторечный и книжный характер языковых единиц рекламных текстов. Экспрессивность, оценочность, эмоциональность языка рекламы.

### **7.1. Основная литература:**

1. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, пабликрийейшнз, 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 [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. <http://znanium.com/bookread.php?book=409942>

### **7.2. Дополнительная литература:**

1. 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: 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 [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. - 4-е изд., перераб. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 488 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=414752>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

[bibliorossica.com](http://bibliorossica.com) - [www.bibliorossica.com/book.html?currBookId](http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId)  
[grammar.ru](http://grammar.ru) - [www.grammar.ru](http://www.grammar.ru)  
[knigafund.ru](http://knigafund.ru) - [www.knigafund.ru](http://www.knigafund.ru)  
[philol.ru](http://philol.ru) - [www.philol.ru](http://www.philol.ru)  
[rusforus.ru](http://rusforus.ru) - [www.rusforus.ru](http://www.rusforus.ru)  
[www.gramota.ru](http://www.gramota.ru) - [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)  
[znanium.com](http://znanium.com) - <http://znanium.com/bookread.php?book>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Особенности русского рекламного дискурса" 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 "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 032700.68 "Филология" и магистерской программе Филологическое обеспечение менеджмента, деловой сферы и PR .

Автор(ы):

Щуклина Т.Ю. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Мардиева Л.А. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.