

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 - www.bibliorossica.com/book.html?currBookId
grammar.ru - www.grammar.ru
knigafund.ru - www.knigafund.ru
philol.ru - www.philol.ru
rusforus.ru - www.rusforus.ru
www.gramota.ru - www.gramota.ru
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.