

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 скрытой текстовой рекламы 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 902243214

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, используя в качестве инструментария изобразительно-выразительные средства языка; использовать языковые средства русского языка для создания рекламного текста-игры, создать скрытый рекламный текст

3. должен владеть:

навыками анализа и оценки рекламных текстов различных жанров; нормами современного русского литературного языка при составлении рекламных текстов, навыками создания скрытого рекламного текста

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. Понятие скрытой рекламы	3	1-5	2	4	0	
2.	Тема 2. Виды скрытой рекламы	3	6-9	2	10	0	
3.	Тема 3. Приемы и технологии скрытой рекламы	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. Понятие скрытой рекламы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие "реклама". Реклама в ее отношении к смежным областям журналистики, культуры и искусства. Характерные черты рекламы: способность привлечь внимание; сила воздействия на реципиента; результативность воздействия; информативность и др. 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. Аспекты изучения языка рекламы: нормативный, когнитивный, психо-лингвистический, социокультурный, функционально-стилистический. Философско-психологическое рассмотрение категории игры. Понятие игры и ее отличительные признаки. Понятие скрытой рекламы.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Понятие "реклама". Реклама в ее отношении к смежным областям журналистики, культуры и искусства. Характерные черты рекламы: способность привлечь внимание; сила воздействия на реципиента; результативность воздействия; информативность и др. 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. Аспекты изучения языка рекламы: нормативный, когнитивный, психо-лингвистический, социокультурный, функционально-стилистический. Философско-психологическое рассмотрение категории игры. Понятие игры и ее отличительные признаки. Понятие скрытой рекламы.

Тема 2. Виды скрытой рекламы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Виды скрытой рекламы в кино, теле- и радиопередачах, газетах, журналах, мультфильмах, литературе, поэзии, песнях, музыкальных клипах, комиксах и др. Воплощение категории игры в языке. Формирование понятия "языковая игра". Характерные свойства языковой игры. Виды языковой игры. Комическое как словесная форма языковой игры. Значение языковой игры в рекламе

практическое занятие (10 часа(ов)):

Виды скрытой рекламы в кино, теле- и радиопередачах, газетах, журналах, мультфильмах, литературе, поэзии, песнях, музыкальных клипах, комиксах и др. Воплощение категории игры в языке. Формирование понятия "языковая игра".

Тема 3. Приемы и технологии скрытой рекламы**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Технологии скрытой рекламы: демонстрация и упоминание продукта (товара); использование рекламы как основы худ.произведения; технология видеовключений; вынесение рекламы в название худ.произведения; интеграция рекламных роликов в сериалы или фильмы, в рекламные паузы и т.д.

практическое занятие (10 часа(ов)):

Технологии скрытой рекламы: демонстрация и упоминание продукта (товара); использование рекламы как основы худ.произведения; технология видеовключений; вынесение рекламы в название худ.произведения; интеграция рекламных роликов в сериалы или фильмы, в рекламные паузы и т.д.

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. Понятие скрытой рекламы	3	1-5	подготовка к презентации	26	презентация
2.	Тема 2. Виды скрытой рекламы	3	6-9	подготовка реферата	26	реферат
3.	Тема 3. Приемы и технологии скрытой рекламы	3	10-18	подготовка к устному опросу	26	устный опрос
	Итого				78	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Рекомендуемые образовательные технологии: 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. Реклама как социокультурный феномен современности. Понятие скрытой рекламы**

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. Понятие особенностей скрытой рекламы. Слоган как структурно-семантический компонент рекламного текста. Реклама в деловой речи. Жанры газетно-журнальной рекламы.

Тема 2. Виды скрытой рекламы

реферат, примерные темы:

Виды скрытой рекламы в кино. Виды скрытой рекламы в телепередачах. Виды скрытой рекламы в радиопередачах. Виды скрытой рекламы в газетах. Виды скрытой рекламы в журналах. Виды скрытой рекламы в мультфильмах. Виды скрытой рекламы в худ литературе. Виды скрытой рекламы в поэзии. Виды скрытой рекламы в песнях. Виды скрытой рекламы музыкальных клипах. Виды скрытой рекламы в комиксах.

Тема 3. Приемы и технологии скрытой рекламы

устный опрос, примерные вопросы:

Технологии скрытой рекламы: демонстрация и упоминание продукта (товара); использование рекламы как основы худ.произведения; технология видеовключений; вынесение рекламы в название худ.произведения; интеграция рекламных роликов в сериалы или фильмы, в рекламные паузы и т.д.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Виды скрытой рекламы в кино.

Понятие "реклама". Реклама в ее отношении к смежным областям журналистики, культуры и искусства. X

Характерные черты рекламы: способность привлечь внимание; сила воздействия на реципиента; результативность воздействия; информативность и др.

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.

Аспекты изучения языка рекламы: нормативный, когнитивный, психо-лингвистический, социокультурный, функционально-стилистический.

Понятие и особенности скрытой рекламы.

Виды скрытой рекламы в телепередачах.

Виды скрытой рекламы в радиопередачах.

Виды скрытой рекламы в газетах.

Виды скрытой рекламы в журналах.

Виды скрытой рекламы в мультфильмах.

Виды скрытой рекламы в худ литературе.

Виды скрытой рекламы в поэзии.

Виды скрытой рекламы в песнях.

Виды скрытой рекламы музыкальных клипах.

Виды скрытой рекламы в комиксах.

Технологии скрытой рекламы

Демонстрация и упоминание продукта (товара)

Использование рекламы как основы худ.произведения

Технология видеовключений

Вынесение рекламы в название худ.произведения

Интеграция рекламных роликов в сериалы или фильмы

Интеграция рекламных роликов в рекламные паузы

7.1. Основная литература:

1. Дмитриева Л. М. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама", 080301 "Коммерция (торговое дело)", 080111 "Маркетинг" / [Ю. С. Бернадская и др.]; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 351 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=377011>
2. Прохоров Ю.Е. Действительность. Текст. Дискурс : учебное пособие . - Москва: Флинта, 2011.-225 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=409942>
3. 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>

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

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Особенности скрытой текстовой 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 "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

- 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.