

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский



» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Семиотика рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2018

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Фатыхова Д.Р. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), d.fatikhova@gmail.com

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-4	способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

Знать содержание и сущность основных теоретических подходов к семиотике.

Знать основные маркетинговые инструменты, применяемые при создании коммуникационного продукта с учетом семиотических закономерностей.

Должен уметь:

Уметь применять методики поиска, сбора и обработки информации, метод системного анализа в рамках семиотического анализа коммуникационного продукта.

Уметь использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта с учетом семиотических закономерностей.

Должен владеть:

Владеет навыком поиска информации для решения поставленной задачи в рамках семиотики.

Владеть основными маркетинговыми инструментами при создании коммуникационного продукта с учетом семиотических закономерностей.

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.06 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)" и относится к вариативной части.

Осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

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

Контактная работа - 54 часа(ов), в том числе лекции - 18 часа(ов), практические занятия - 36 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 54 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 7 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основные понятия о семиотике и ее составляющих	7	2	4	0	10
2.	Тема 2. Интерпретация семиотического текста	7	2	4	0	10
3.	Тема 3. Структура знаков и их общая классификация	7	2	2	0	10
4.	Тема 4. Сущность и свойства знаковых систем	7	2	4	0	8
5.	Тема 5. Измерения семиотического текста	7	2	4	0	8
6.	Тема 6. Семиотический анализ рекламного сообщения	7	2	4	0	8
7.	Тема 7. Комплексный анализ рекламного сообщения	7	2	4	0	0
8.	Тема 8. Метафора и рекламный текст	7	2	4	0	0
9.	Тема 9. Реклама как креолизованный текст	7	2	4	0	0
10.	Тема 10. Логотип как вид креолизованного текста	7	0	2	0	0
	Итого		18	36	0	54

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Основные понятия о семиотике и ее составляющих

В рамках данной темы, рассматривается понятие о семиотике и ее составляющих. Семиотика представляет собой науку о знаках и знаковых системах, которая анализирует природу, свойства и функции знаков, классифицирует виды знаков, указывает пути их развития. Основоположником науки о знаках является Чарльз Пирс (1839-1914). Далее идеи Пирса развивали американский ученый Чарльз Моррис (1901-1978), который написал работу "Основы теории знаков", ученый-лингвист Фердинанд де Соссюр (1857-1913) и многие другие. Основным термином семиотики как науки о знаках и знаковых системах является понятие "текста", которое определяется совокупность любых знаков, обладающую формальной связностью и содержательной цельностью. В рамках семиотики рекламы рассматривается понятие "рекламного текста", которое трактуется предельно широко и может состоять и из словесного ряда, и из изображения и видеоряда и т.д.

Тема 2. Интерпретация семиотического текста

В лекции рассматривается проблема восприятия семиотического текста. Зрительное восприятие объекта является не пассивным процессом, а активным изучением изображения. То есть носит сознательный характер, и зависит от установок - устойчивой системой взглядов, представлений об объекте и совокупностью связанных с ними эмоциональных состояний предрасполагающих к определенным действиям. Любой текст должен быть интерпретирован, т. е. воспринят и истолкован в соответствии с установками человека, его переживаниями и т.д. Под пониманием рекламного текста подразумевается раскрытие смысла текста, которое вложено его автором, а под интерпретацией нахождение своего собственного.

Тема 3. Структура знаков и их общая классификация

В лекции рассматривается феномен знаков, из которых состоят семиотические тексты. Каждый из нас встречается со знаками в тех случаях, когда вместо одного предмета, явления, действия используется другой материальный факт, замещающий ту или иную реалию. Согласно Ч. Пирсу, любой знак имеет три основные характеристики: материальную оболочку; обозначаемый объект; правила интерпретации, устанавливаемые человеком.

Основными свойствами знаков являются: замещаемость, коммуникативность, системность и т.д.

Тема 4. Сущность и свойства знаковых систем

Рассматривая знак как единство формы и обозначаемого, можно выделить его структуру, состоящую из "денотата", "формы" и "значения" знака. Структуру знака можно изобразить с помощью схемы, называемой "треугольником Фреге" (по имени немецкого философа и математика Г. Фреге).

Значение знака (З) носит общественный (социальный) характер, поэтому его можно определить как социально закреплённую ассоциацию между формой (Ф) и денотатом (Д). Общепризнанной является классификация, данная основателем семиотики Чарльзом Пирсом, в основе которой лежит взаимоотношение знака и его объекта. Выделяют: знаки-иконы (или иконические знаки), знаки-индексы (индексальные знаки), знаки-символы (символические знаки).

Тема 5. Измерения семиотического текста

В теме рассматривается система измерения семиотического текста, предложенная швейцарским ученым Фердинандом де Соссюр. Он рассматривал знак как неразрывное свойство двух его сторон - означаемого и означающего (содержания и формы). Также он выделил три основных измерения семиотического текста:

- 1) отношение знаков к объектам действительности и понятиям о них - семантика;
- 2) отношение знаков друг к другу - синтактика ("знак - знак") - внутренние, структурные свойства знаковых систем, правильность построения знаков;
- 3) отношение знаков к человеку, который ими пользуется - интерпретатору - прагматика ("знак - интерпретатор").

Тема 6. Семиотический анализ рекламного сообщения

Любое рекламное сообщение можно подвергнуть семиотическому анализу для выявления всех возможных содержащихся в нем частных конкретных сообщений. Наиболее полно провести анализ можно в случае с рекламным изображением, так как в нем знаки особенно полновесны и полноценны - они сделаны так, чтобы их невозможно было не прочесть, проигнорировать.

Тема 7. Комплексный анализ рекламного сообщения

Реклама в современном обществе выполняет функцию семиотизации пространства, придавая конкретное значение явлениям, предметам, отношениям, ценностям, создавая новую совокупность имен и названий. Этот процесс осуществляется сегодня тем более интенсивно, чем активнее осуществляются социальные модификации и изменения в ценностной системе. Опираясь на знания, полученные в результате изучения структурного анализа рекламы, можно провести комплексный анализ рекламного сообщения, выявляя денотативные и коннотативные значения любого рекламного сообщения.

Тема 8. Метафора и рекламный текст

В рамках данной темы рассматривается феномен метафоры как основы создания оригинального рекламного образа. Технология применения метафоры в рекламном сообщении может основываться на двух аспектах: рациональном и эстетическом. Слоган, формируемый на базе метафоры, соединяет оба аспекта и наделяет их единым смыслом. Как в печатной, так и в видеорекламе, где используется образ-метафора, именно слоган помогает адекватно понять истинный смысл данного образа.

Тема 9. Реклама как креолизованный текст

Под семиотическим термином "креолизованный текст" понимается текст, фактура которого состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык). Взаимодействуя друг с другом, вербальный и иконический тексты обеспечивают целостность и связность семиотического текста, его коммуникативный эффект, поскольку сочетание разнокодовых сообщений дополняют и поясняют друг друга.

Рекламное сообщение представляет собой семиотически неоднородный текст, включающий вербальную и визуальную информацию, что отражается в представлении рекламного сообщения как креолизованного текста.

Тема 10. Логотип как вид креолизованного текста

В рекламных текстах на статус креолизованной лексемы с полным правом может претендовать рекламный логотип (товарный знак). В рамках данной темы рассматривается широкая структура логотипа: словесный знак, изобразительный знак и комбинированный знак. Выделяют три основные модели соединения вербального текста и изображений в логотипе:

1. Вербальный текст + изображение - к исконному гомогенному вербальному тексту добавляются изображения, в результате чего создается креолизованный текст.
2. Изображение + вербальный текст - к изображениям добавляется вербальный текст, в результате чего появляется новый, креолизованный текст.
3. Вербальный текст = изображение - новый текст изначально создается как креолизованный, он не имеет своего "предка" - вербального текста или изображения.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемому результату обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

<http://chernykh.net> - <http://chernykh.net/content/view/149/>

<http://ec-dejavu.ru> - <http://ec-dejavu.ru/s/Semiotics.htm>

<http://nebovoblakah.narod.ru/> - <http://nebovoblakah.narod.ru/Semiot.html>

<http://www.culturalnet.ru> - <http://www.culturalnet.ru/main/getfile/1813>

<http://www.ffsn.bsu.by> - <http://www.ffsn.bsu.by/infocom/furs/semiotics/lectures.html>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Лекции - форма учебного занятия, цель которого состоит в рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Очно-заочная форма обучения предполагает чтение лишь установочных лекций по каждому разделу курса. Лектор успевает только заложить фундамент знаний по дисциплине и наметить линию для дальнейшего самостоятельного изучения курса студентами. Он акцентирует внимание студентов на наиболее важных моментах обширного по объему изучаемого материала. Поэтому студентам настоятельно рекомендуется посещать все лекции и вести конспекты лекций, выделяя в них ключевые моменты.</p> <p>В преподавании дисциплины используются несколько форм лекций. Лекция - визуализация. В каждой презентации в среднем 18-25 слайдов. Лекция с элементами пресс-конференции, в начале лекции собираются вопросы, в лекции раскрываются, а в конце переадресовываются аудитории. В основном развивает знаниевый компонент и умения. Лекция - дискуссия. Заранее озвучивается тема лекции. Предусматривается самостоятельное чтение студентами учебно-методической и справочной литературы, предлагается изложить в мини-презентации освоенный материал. Проводится свободная дискуссия по представленному и дополнительному материалу. Учитываются следующие критерии: содержание; структура изложения; новизна информации; средства подачи.</p> <p>Каждому студенту целесообразно прослушать все лекции по курсу, составляя конспекты и выделяя в них наиболее значимые положения. Для более эффективного освоения материала целесообразно, чтобы студенты заранее просматривали материалы в Интернете по будущей теме.</p> <p>Для активизации процесса запоминания материала при конспектировании лекций необходимо учесть следующие рекомендации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Разделить поле тетради на две части (сделав поля по 5 см.). Меньшее поле используется для опорных слов, составления небольших таблиц и схем, а основное поле - для остального текста; 1.2. Выстраивать большую часть основного содержания структурно: в столбик в виде сравнительных таблиц; 1.3. Максимально использовать схемы композиций произведений; 1.4. Свести к минимуму информацию в форме развернутых предложений, используя для вступительной части и выводов; 1.5. Выделять новые темы и опорные слова. <p>Лекции служат теоретической подготовкой к практическим занятиям.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Процесс обучения имеет две стороны: с одной стороны необходимо владеть теоретическими знаниями, с другой - нужно обсуждение сложных или спорных вопросов стилистики и оценки произведения. Часть аудиторного времени по данному курсу отводится практическим занятиям, которые проходят в форме семинаров согласно теме, цели, задачам и вопросам для обсуждения.</p> <p>Участие в практическом занятии позволит студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами группы проблематики истории искусства будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.</p> <p>Семинар ? одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.</p> <p>При подготовке к семинару студенту следует воспользоваться программой курса: прочитать перечень вопросов для обсуждения, ознакомиться со списком основной и обязательной литературы. После этого студенту предстоит законспектировать обязательную литературу. Для этого надо внимательно прочесть рекомендуемые тексты, а затем выписать в специальную тетрадь те идеи и выводы, которые важны для ответа на вопросы плана данного семинарского занятия. Далее студенту целесообразно перечитать конспект лекции по соответствующей теме, а затем изучить соответствующие разделы учебника или учебного пособия. Если какие-либо вопросы остались непонятными или же вызвали особый интерес, их надо зафиксировать и обратиться к дополнительной литературе. Такие вопросы, далее, следует предложить для общего обсуждения на семинаре. Вся необходимая для подготовки литература имеется в читальном зале научной библиотеки КФУ или полнотекстовых электронных базах данных 'znanium', 'ELIBRARI.RU', 'БиблиоРоссика'.</p> <p>При подготовке к семинару, который предполагает наряду с прослушиванием докладов ответы на теоретические вопросы, рекомендуется придерживаться следующей последовательности в работе:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сначала повторить, а при необходимости изучить зрительный ряд, относящийся к пройденному материалу: практические работы, схемы и иллюстрации в конспектах лекций и учебной литературе; 2. Повторить специальные слова и выражения; 3. Повторить текстовый материал лекций; 4. Прочитать текст лекций и учебной литературы. <p>Каждому студенту необходимо готовиться ко всем вопросам семинара.</p>
самостоятельная работа	<p>Методические рекомендации к самостоятельной работе.</p> <p>Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий.</p>
зачет	<p>Зачет преследует цель оценить работу студента. Полученные теоретические знания, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения синтезировать полученные знания и применять на практике решение практических задач. Лекции, семинары и контрольные работы являются важными этапами подготовки к зачету, поскольку студент имеет возможность оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы. В этой связи необходимо для подготовки к зачету первоначально прочитать лекционный материал, а также соответствующие разделы рекомендуемых учебных пособий. Лучшим вариантом является тот, при котором студент использует при подготовке как минимум два учебных пособия. Это способствует разностороннему восприятию конкретной темы. Для качественной подготовки к семинарским занятиям необходимо привлекать материалы научно-периодических изданий, а также материалы подготовленных и зачетных творческих заданий.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере".

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2018

Основная литература:

1. Баранов, Д. Е. PR: теория и практика: учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко ; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Синергия, 2013. - 352 с. - (Университетская серия). - ISBN 978-5-4257-0091-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/451097> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

2. Гринев-Гриневиц, С.В. Основы семиотики : учебное пособие / С.В. Гринев-Гриневиц, Э.А. Сорокина. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-1248-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1032486> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

3. Крейдлин, Г.Е. Семиотика, или Азбука общения: учебное пособие / Г.Е. Крейдлин, М.А. Кронгауз. - 8-е изд., стер. - Москва: Флинта, 2015. - 241 с. - ISBN 978-5-89349-612-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1037611> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы : учебник для бакалавров / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. - Москва : 'Дашков и К-', 2019. - 452 с. - ISBN 978-5-394-03119-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081671> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

2. Веселова, Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат / Веселова Ю.В., Семенов О.Г. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 104 с.: ISBN 978-5-7782-2192-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/556602> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

3. Мудров, А. Н. Основы рекламы: учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; . ISBN 978-5-9776-0212-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/332300> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

4. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 'Дизайн', 032401 'Реклама' / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 239 с. - (Серия 'Азбука рекламы'). - ISBN 978-5-238-01525-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028720> (дата обращения: 10.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.06 Семиотика рекламы

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2018

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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, учебно-методические комплексы, 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 образования (ФГОС ВО) нового поколения.