

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Утверждено
на заседании кафедры
протокол № 8 от «11» июня 2020 г.

Зав. кафедрой



Григорьева Т.В.

Согласовано
Председатель УМК филологического

факультета



Григорьева Т.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Язык рекламных текстов

дисциплина по выбору

программа магистратуры

45.04.01 – Филология

«Язык СМИ и рекламы»

Магистр

Разработчики (составители)
доцент, канд. филол. наук, доцент
Родионова С.Е.



/ Родионова С.Е.

Для приема: 2020 год

Уфа – 2020

Составитель / составители: доцент, канд. филол. наук, доцент
Родионова С.Е..

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры
современного русского языкознания протокол № 8 от «11» июня 2020 г.

Заведующий кафедрой



/ Григорьева Т.В.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
 - 4.3. Рейтинг-план дисциплины
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	Знать орфографическую, орфоэпическую, лексическую и грамматическую нормы изучаемых языков, а также правила употребления государственного языка Российской Федерации	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	
	Знать основные положения и концепции теории коммуникации	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	
	Знать основы реферирования, аннотирования и редактирования текстов	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	
	Знать основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций.	
	Знать коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические и языковые нормы и приемы, принятые в разных сферах коммуникаций	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций.	
	Знать основные методы проведения научных исследований в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	ПК-1 – владение навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и основных закономерностей функционирования фольклора и литературы в синхроническом и диахроническом аспектах, в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	
	Знать правила создания, анализа и редактирования рекламных текстов	ПК-10 – способность к созданию, редактированию, реферированию систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля	
Умения	Уметь применять знания нормы изучаемых языков в процессе устной и письменной коммуникации	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	
	Уметь осуществлять редактирование текста	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на	

		государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	
	Уметь анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	
	Уметь осуществлять устное и письменное общение на государственном языке в профессиональной коммуникации.	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	
	Уметь проводить самостоятельные исследования в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	ПК-1 – владение навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и основных закономерностей функционирования фольклора и литературы в синхроническом и диахроническом аспектах, в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	
	Уметь создавать, анализировать и редактировать рекламные тексты	ПК-10 – способность к созданию, редактированию, реферированию систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля	
Владения (навыки / опыт деятельность и)	Владеть навыками устной и письменной речи	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	
	Владеть навыками социокультурной и межкультурной коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	
	Владеть основами публичной речи – делать сообщения	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	
	Владеть навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	

	Владеть коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	
	Владеть навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	ПК-1 – владение навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и основных закономерностей функционирования фольклора и литературы в синхроническом и диахроническом аспектах, в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	
	Владеть навыками создания, анализа и редактирования рекламных текстов	ПК-10 – способность к созданию, редактированию, реферированию систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Данный курс входит в состав дисциплин по выбору вариативной части цикла Б1 ФГОС ВО, включенных в программу подготовки магистра филологии по направлению подготовки ВПО 45.04.01 – Филология профилей «Язык СМИ и рекламы».

Данный курс является одним из важнейших профильных курсов, который наряду с курсом «Язык СМИ» призван дать студентам понятие об основных понятиях и терминах практикоориентированной образовательной программы магистра «Язык СМИ и рекламы». Курс опирается на знания, полученные магистрантами в процессе освоения курсов «Основы рекламы» и «Общая теория коммуникации», тесно взаимодействует с курсами «Язык СМИ», «Активные процессы в современном русском языке», «Теория речевого воздействия».

Цель изучения дисциплины. Сформировать у студентов представление о рекламе как особом типе коммуникации и особом типе институционального дискурса; систематизировать знания о лингвистических особенностях рекламного текста и его вербальных составляющих. На основе знаний о культуре речи и практической стилистике дать сведения о стилистике рекламного текста и его жанрах, а также об особенностях рекламных текстов в зависимости от их публикации в различных средствах массовой информации. Проанализировать приемы речевого воздействия в рекламе. Дать студентам навыки анализа рекламных текстов разных жанров и создания эффективных рекламных текстов, а также их экспертной оценки. Способствовать использованию полученных сведений в собственных научных исследованиях.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
		Отлично	Хорошо	Удовлетв.	Неудовлетв.
Первый этап (уровень)	Знать орфографическую, орфоэпическую, лексическую и грамматическую нормы изучаемых языков, а также правила употребления государственного языка Российской Федерации	На высоком уровне, не допуская ошибок, знает орфоэпическую, лексическую и грамматическую нормы изучаемых языков, а также правила употребления государственного языка Российской Федерации	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, знает орфографическую, орфоэпическую, лексическую и грамматическую нормы изучаемых языков, а также правила употребления государственного языка Российской Федерации	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, знает орфографическую, орфоэпическую, лексическую и грамматическую нормы изучаемых языков, а также правила употребления государственного языка Российской Федерации	Не знает орфографическую, орфоэпическую, лексическую и грамматическую нормы изучаемых языков, а также правила употребления государственного языка Российской Федерации
	Знать основные положения и концепции теории коммуникации	На высоком уровне, не допуская ошибок, знает основные положения и	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, знает основные	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество	Не знает основных положений и концепций теории коммуникации

		концепции теории коммуникации	положения и концепции теории коммуникации	ошибок, знает основные положения и концепции теории коммуникации	
	Знать основы реферирования, аннотирования и редактирования текстов	На высоком уровне, не допуская ошибок, знает основы реферирования, аннотирования и редактирования текстов	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, знает основы реферирования, аннотирования и редактирования текстов	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, знает основы реферирования, аннотирования и редактирования текстов	Не знает основ реферирования, аннотирования и редактирования текстов
Второй этап (уровень)	Уметь применять знания нормы изучаемых языков в процессе устной и письменной коммуникации	На высоком уровне, не допуская ошибок, умеет применять знания нормы изучаемых языков в процессе устной и письменной коммуникации	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, умеет применять знания нормы изучаемых языков в процессе устной и письменной коммуникации	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, умеет применять знания нормы изучаемых языков в процессе устной и письменной коммуникации	Не умеет применять знания нормы изучаемых языков в процессе устной и письменной коммуникации
	Уметь осуществлять редактирование текста	На высоком уровне, не допуская ошибок, умеет осуществлять редактирование текста	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, умеет осуществлять редактирование текста	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, умеет осуществлять редактирование текста	Не умеет осуществлять редактирование текста
Третий этап (уровень)	Владеть навыками устной и письменной речи	На высоком уровне, не допуская ошибок, владеет навыками устной и письменной речи	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, владеет навыками устной и письменной речи	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, владеет навыками устной и письменной речи	Не владеет навыками устной и письменной речи
	Владеть навыками социокультурной и межкультурной коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов	На высоком уровне, не допуская ошибок, владеет навыками социокультурной и межкультурной коммуникации для установления адекватных социальных и	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, владеет навыками социокультурной и межкультурной коммуникации для установления адекватных	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, владеет навыками социокультурной и межкультурной коммуникации для установления адекватных	Не владеет навыками социокультурной и межкультурной коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов

		профессиональ ных контактов	социальных и профессиональ ных контактов	социальных и профессиональ ных контактов	
--	--	--------------------------------	--	--	--

Код и формулировка компетенции: ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
		Отлично	Хорошо	Удовлетв.	Неудовлетв.
Первый этап (уровень)	Знать основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	На высоком уровне, не допуская ошибок, знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	Не знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.
	Знать коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические и языковые нормы и приемы, принятые в разных сферах коммуникаций	На высоком уровне, не допуская ошибок, знает коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические и языковые нормы и приемы, принятые в разных сферах коммуникаций	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, знает коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические и языковые нормы и приемы, принятые в разных сферах коммуникаций	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, знает коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические и языковые нормы и приемы, принятые в разных сферах коммуникаций	Не знает коммуникативных стратегий и тактик, риторических, стилистических и языковых норм и приемов, принятых в разных сферах коммуникаций

<p>Второй этап (уровень)</p>	<p>Уметь анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций</p>	<p>На высоком уровне, не допуская ошибок, умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций</p>	<p>На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций</p>	<p>На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций</p>	<p>Не умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций</p>
	<p>Уметь осуществлять устное и письменное общение на государственном языке в профессиональной коммуникации.</p>	<p>На высоком уровне, не допуская ошибок, умеет осуществлять устное и письменное общение на государственном языке в профессиональной коммуникации</p>	<p>На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, умеет осуществлять устное и письменное общение на государственном языке в профессиональной коммуникации</p>	<p>На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, умеет осуществлять устное и письменное общение на государственном языке в профессиональной коммуникации</p>	<p>Не умеет осуществлять устное и письменное общение на государственном языке в профессиональной коммуникации.</p>
<p>Третий этап (уровень)</p>	<p>Владеть основами публичной речи</p>	<p>На высоком уровне, не допуская ошибок, владеет основами публичной речи</p>	<p>На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, владеет основами публичной речи</p>	<p>На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, владеет основами публичной речи</p>	<p>Не владеет основами публичной речи</p>
	<p>Владеть навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.</p>	<p>На высоком уровне, не допуская ошибок, владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.</p>	<p>На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.</p>	<p>На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.</p>	<p>Не владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.</p>

	Владеть коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	На высоком уровне, не допуская ошибок, владеет коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, владеет коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, владеет коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах	Не владеет коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций
--	---	---	---	---	--

Код и формулировка компетенции: ПК-1 – владение навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и основных закономерностей функционирования фольклора и литературы в синхроническом и диахроническом аспектах, в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
		Отлично	Хорошо	Удовлетв.	Неудовлетв.
Первый этап (уровень)	Знать основные методы проведения научных исследований в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	На высоком уровне, не допуская ошибок, знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	На удовлетворительно уровне, допуская существенное количество ошибок, знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	Не знает основные методы проведения научных исследований в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации
Второй этап (уровень)	Уметь проводить самостоятельные исследования в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной	На высоком уровне, не допуская ошибок, умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь	На удовлетворительно уровне, допуская существенное количество ошибок, умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь	Не умеет проводить самостоятельные исследования в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной

	коммуникации	ми стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическим и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	коммуникативны ми стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическим и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	коммуникативным и стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	коммуникации
Третий этап (уровень)	Владеть навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	На высоком уровне, не допуская ошибок, владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.	Не владеет навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации

Код и формулировка компетенции: ПК-10 – способность к созданию, редактированию, реферированию систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)	Критерии оценивания результатов обучения			
		Отлично	Хорошо	Удовлетв.	Неудовлетв.
Первый этап (уровень)	Знать правила создания, анализа и редактирования рекламных текстов	На высоком уровне, не допуская ошибок, знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, знает основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	Не знает правил создания, анализа и редактирования рекламных текстов

Второй этап (уровень)	Уметь создавать, анализировать и редактировать рекламные тексты	На высоком уровне, не допуская ошибок, умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическим и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическим и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, умеет анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	Не умеет создавать, анализировать и редактировать рекламные тексты
Третий этап (уровень)	Владеть навыками создания, анализа и редактирования рекламных текстов	На высоком уровне, не допуская ошибок, владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.	На хорошем уровне, допуская небольшое количество ошибок, владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.	На удовлетворительном уровне, допуская существенное количество ошибок, владеет навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.	Не владеет навыками создания, анализа и редактирования рекламных текстов

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
----------------	---------------------	-------------	--------------------

1-й этап Знания	Знать орфографическую, орфоэпическую, лексическую и грамматическую нормы изучаемых языков, а также правила употребления государственного языка Российской Федерации	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Знать основные положения и концепции теории коммуникации	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Знать основы реферирования, аннотирования и редактирования текстов	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Знать основы теории коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов.	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций.	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Знать коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические и языковые нормы и приемы, принятые в разных сферах коммуникаций	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций.	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Знать основные методы проведения научных исследований в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	ПК-1 – владение навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и основных закономерностей функционирования фольклора и литературы в синхроническом и диахроническом аспектах, в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен

	Знать правила создания, анализа и редактирования рекламных текстов	ПК-10 – способность к созданию, редактированию, реферированию систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
2-й этап Умения	Уметь применять знания нормы изучаемых языков в процессе устной и письменной коммуникации	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Уметь осуществлять редактирование текста	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Уметь анализировать язык в его истории и современном состоянии, пользуясь коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Уметь осуществлять устное и письменное общение на государственном языке в профессиональной коммуникации.	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Уметь проводить самостоятельные исследования в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	ПК-1 – владение навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и основных закономерностей функционирования фольклора и литературы в синхроническом и диахроническом аспектах, в сфере устной, письменной и	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен

		виртуальной коммуникации	
	Уметь создавать, анализировать и редактировать рекламные тексты	ПК-10 – способность к созданию, редактированию, реферированию систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
3-й этап Владение навыками	Владеть навыками устной и письменной речи	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Владеть навыками социокультурной и межкультурной коммуникации для установления адекватных социальных и профессиональных контактов	ОПК-1 – готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Владеть основами публичной речи – делать сообщения	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Владеть навыками общения и управления процессами информационного обмена в различных коммуникативных средах.	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Владеть коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	ОПК-2 – владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникаций	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен

	Владеть навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	ПК-1 – владение навыками самостоятельного проведения научных исследований в области системы языка и основных закономерностей функционирования фольклора и литературы в синхроническом и диахроническом аспектах, в сфере устной, письменной и виртуальной коммуникации	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен
	Владеть навыками создания, анализа и редактирования рекламных текстов	ПК-10 – способность к созданию, редактированию, реферированию систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля	Индивидуальный и групповой опрос; выполнение домашних заданий по анализу рекламных текстов, экзамен

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

- 1) История происхождения и развития рекламы.
- 2) Рекламные тексты советского периода.
- 3) Лексика рекламного дела.
- 4) Роль заимствованной лексики в рекламных текстах.
- 5) Работа со специальной терминологией при создании рекламного текста.
- 6) Языковые средства отражения в рекламе российской ментальности.
- 7) Проявление языковой агрессии в современной рекламе.
- 8) Отражение активных процессов современного русского языка в рекламных текстах.
- 9) Отражение ценностей современного общества в рекламном тексте: лингвистический аспект анализа.
- 10) Язык рекламы начала и конца XX века: сопоставительный анализ языковых средств.

ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ:

- 1) Реклама как дискурс, его конститутивные признаки. Когнитивные мотивы рекламы.
- 2) Реклама как дискурс. Концепты и символы рекламной коммуникации.

- 3) Риторика как инструмент изучения рекламы. Этос, пафос, логос рекламы.
- 4) Место рекламы среди других видов словесности (массовая коммуникация, деловое общение, пропаганда).
- 5) Жанры рекламного текста: жанры радиорекламы
- 6) Жанры рекламного текста: жанры телевизионной рекламы
- 7) Жанры рекламного текста: жанры газетной рекламы.
- 8) Жанры рекламного текста: жанры интернет-рекламы.
- 9) Маркетинговая информация в рекламном тексте. Имя бренда. Уникальное торговое предложение. Дополнительная маркетинговая информация.
- 10) Реклама как креолизованный текст. Вербальное и невербальное в рекламе.
- 11) Стилистика рекламы. Тропы в рекламе.
- 12) Стилистика рекламы. Речевые фигуры в рекламе.
- 13) Основные вербальные составляющие рекламного текста. Заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза, рекламные реквизиты.
- 14) Основные вербальные составляющие рекламного текста. Слоган, классификация рекламных слоганов.
- 15) Аргументация в рекламе. Реклама как манипулятивно-имиджевая коммуникация.
- 16) Приемы речевого воздействия в рекламе. Языковое манипулирование. Имплицитная информация. Приемы нейролингвистического программирования в рекламе.
- 17) Тексты различных средств рекламы. Реклама в прессе: в газете и в журналах.
- 18) Тексты различных средств рекламы. Тексты радиорекламы.
- 19) Тексты различных средств рекламы. Телевизионная реклама.
- 20) Тексты различных средств рекламы. Интернет-реклама.
- 21) Тексты различных средств рекламы. Прямая почтовая рассылка.
- 22) Тексты различных средств рекламы. Наружная реклама.
- 23) Языковая игра как средство экспрессивности в рекламе. Виды языковой игры в рекламном тексте.
- 24) Лингвистическая экспертиза рекламных текстов. Оценка коммуникативной эффективности рекламы.
- 25) Учет особенностей целевой аудитории в рекламе. Гендерные особенности рекламных текстов.
- 26) Языковые особенности рекламного текста: языковая игра в коммуникативном пространстве рекламы (прецедентные тексты, обыгрывание неоднозначности лексемы, словообразовательная игра, графическая игра).
- 27) Нарушение языковых норм в рекламных текстах. Речевая культура современного общества через призму рекламы.

28) Национальная культура как источник создания рекламных текстов. Этнокультурные особенности рекламных текстов.

29) Особенности использования функциональных стилей в зависимости от тематики, жанра, и размещения (носителя) рекламного произведения, а также целевой аудитории.

30) Важнейшие характеристики эффективного рекламного текста и рекламного имени. Понятие копирайтинга.

Образец экзаменационного билета

Экзаменационный билет №8

1. Ответьте на теоретические вопросы:
 - 1) Реклама как креолизованный текст. Вербальное и невербальное в рекламе.
 - 2) Тексты различных средств рекламы и их специфика: телевизионная реклама.
2. Приведите пример трех эффективных и трех неэффективных, с Вашей точки зрения, рекламных текстов. Аргументируйте свое мнение.

Описание методики оценивания:

Критерии оценки (в баллах)

Оценка «Отлично» ставится, если студент полно и верно ответил на оба теоретических вопроса билета, привел необходимые примеры в практическом задании и убедительно обосновал их, опираясь на изученный материал.

Оценка «Хорошо» ставится, если студент полно и верно ответил на один из теоретических вопросов билета, допустил некоторые ошибки во втором теоретическом вопросе, привел необходимые примеры в практическом задании и обосновал свое мнение, опираясь на изученный материал, хотя и допустил некоторые ошибки в этом обосновании.

Оценка «Удовлетворительно» ставится, если студент допустил серьезные ошибки, отвечая на оба теоретических вопроса билета, привел необходимые примеры в практическом задании, но не сумел обосновать свое мнение, опираясь на изученный материал.

Оценка «Удовлетворительно» ставится, если студент не ответил на один из теоретических вопросов билета, допустил серьезные ошибки, отвечая на второй теоретический вопрос, не привел необходимых примеров в практическом задании, или привел их, но не сумел обосновать свое мнение, опираясь на изученный материал.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

А. Основная литература:

1. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие. - 4-е изд., стер. – Москва: Издательство «Флинта», 2016. – 161 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>

Б. Дополнительная литература:

1. Ильясова С.В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия: монография. – 3-е изд., стереотип. – Москва: Флинта: Наука, 2018.
2. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева. – 3-е изд., стер. – Москва: Издательство «Флинта», 2016. – 297 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83209>
3. Рекламная коммуникация: лингвокультурный аспект / ред. Н.Н. Трошина. – Москва : РАН ИНИОН, 2011. – 173 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=132579>
4. Руженцева Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие. – 2-е изд. стереотип. – Москва : Издательство «Флинта», 2016. – 181 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470>
5. Ухова Л.В. Эффективность рекламного текста: сборник статей – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 200 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239496>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

Дисциплина сопровождается соответствующей учебно-методической документацией и материалами, в т.ч. дидактическими. Ее содержание представляется в сети Интернет или локальной сети вуза (факультета). Обучающимся должна быть обеспечена возможность оперативного обмена информацией с отечественными и зарубежными вузами, предприятиями, организациями и научными учреждениями, обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам, включая материалы электронных энциклопедий (Википедия, Кругосвет и др.), сайтов, в частности:

<http://go.semiotics.ru/lib/>

<http://www.ruthenia.ru/apr/links.htm>
<http://dict.ruslang.ru/>
<http://www.gramota.ru/>
<http://www.gramota.ru/slovari/online/>
<http://www.russian.slavica.org/index.html>
<http://open.slavica.org/index.php/bulrus/>
<http://www.infolex.ru/Cogni.html>
<http://www.infolex.ru/Cs19.html>
<http://www.mling.ru/etnolingvistika/>
http://window.edu.ru/window_catalog/pdf2txt?p_id=3393
<http://www.ruscorpora.ru>
<http://company.yandex.ru/class/courses>
<http://www.russ.ru/publish/117148013/zakharov.xml>
http://www.oboishikova.ru/yazikoz/znak_system/index.html
<http://www.classes.ru/grammar/>

Перечень договоров ЭБС (за период, соответствующий сроку получения образования по ООП)		
Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2019/2020	Договор на ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 847 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
	Договор на ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 848 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
	Соглашение на бесплатные коллекции в ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 961 от 01.10.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
	Договор на доступ к электронным научным периодическим изданиям между БашГУ и РУНЭБ № 1262 от 11.12.2018	С 11.12.2018 по 31.12.2019
	Договор на БД диссертаций между БашГУ и РГБ № 095040040 от 27.02.2019	С 27.02.2019 по 26.02.2020

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>1. <i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 425 (главный корпус), аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 414 (главный корпус), аудитория № 213 (главный корпус).</p> <p>2. <i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория</p>	<p>Аудитория № 422 Лаборатория информационных технологий</p> <p>Учебная мебель, 10 компьютеров – системный блок PowerCool 4ядра 3,5 GHz/ DDR4 8 Gb/ HDD 1Tb/ DVD-RW 450W/ клавиатура USB/ мышь USB /LCD монитор 21,5".</p> <p>Аудитория № 401</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г., лицензия - бессрочная</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г., лицензия – бессрочная.</p> <p>3. Windows 10. Предустановленная. Договор № 007 от 19.03.2019 г., лицензия –</p>

<p>№ 401 (главный корпус), аудитория № 425 (главный корпус), аудитория № 419 (главный корпус), аудитория № 417(главный корпус), аудитория № 415 (главный корпус).</p> <p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 401 (главный корпус), аудитория № 417(главный корпус), аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 410 (главный корпус), аудитория № 422 (главный корпус).</p> <p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 414 (главный корпус), аудитория № 410 (главный корпус), аудитория № 312 (главный корпус).</p> <p>5. помещения для самостоятельной работы: Читальный зал № 1 (главный корпус)</p> <p>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 334 (главный корпус)</p>	<p>Учебная мебель, доска; шкаф</p> <p>Аудитория № 425 Учебная мебель, доска</p> <p>Аудитория № 419 Учебная мебель, доска, шкаф</p> <p>Аудитория № 417 Учебная мебель, доска; экран настенный Classic Solution (1 шт.) модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-X31 (1 шт.)</p> <p>Аудитория № 415 Учебная мебель, доска, экран настенный Classic Solution (1 шт.) модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-2250U (1 шт.).</p> <p>Аудитория № 414 Учебная мебель, экран настенный для проектора DINON Electric L 274*366 MW (1 шт.), проектор мультимедийный MITSUBISHI EX 320U XGA, акустическая система APart MASK 4T-W (6 шт)</p> <p>Аудитория № 312 Учебная мебель, интерактивная доска SMART с проектором V25 – 1 шт., 12 компьютеров – системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro.</p> <p>Аудитория № 410 Лаборатория информационных технологий Учебная мебель, доска, 12 компьютеров в комплекте Моноблок iRU 502 21.5"/ клавиатура USB / мышь USB.</p> <p>Аудитория № 213 Учебная мебель, доска, мультимедиа проектор Aser P7500</p> <p>Читальный зал № 1 Учебная мебель, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт, принтер – 1 шт., сканер – 1 шт.</p> <p>Аудитория № 334 Учебная мебель, доска; шкаф</p>	<p>бессрочная.</p> <p>4. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle) http://www.gnu.org/licenses/gpl.html http://rusgpl.ru/rusgpl.pdf</p>
---	--	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
(очное обучение)

дисциплины «Язык рекламных текстов»

___ на _____ 2 _____ семестр
(наименование дисциплины)

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4 / 144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	0
практических/ семинарских	30
лабораторных	0
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	78
Учебных часов на подготовку к экзамену / зачету / дифференцированному зачету (Контроль)	34,8

Форма контроля: экзамен 2 семестр

Очное обучение

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Рекламная коммуникация. Реклама как дискурс; его конститутивные признаки. Коммуниканты в пространстве рекламного дискурса. Когнитивные мотивы рекламы. Концепты и символы рекламной коммуникации. Ценности, образы, ассоциации рекламного дискурса. Рекламные тексты и целевые аудитории. Гендерные особенности рекламного текста	–	2	–	5	А-1, Б-2, Б-3	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
2.	Реклама как вид словесности. Риторика как инструмент изучения рекламы. Этнос, пафос, логос рекламы. Место рекламы среди других видов словесности (массовая коммуникация, деловое общение, пропаганда).	–	2	–	5	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
3.	Основные вербальные составляющие рекламного	–	2	–	5	А-1, Б-2	Изучение основной и	Собеседование, устный опрос,

	текста. Слоган, классификация рекламных слоганов. Заголовок. Основной рекламный текст. Эхо-фраза. Рекламные реквизиты.						дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	проверка домашнего задания
4.	Маркетинговая информация в рекламном тексте. Имя бренда. Уникальное торговое предложение. Дополнительная маркетинговая информация. Товарная информация.	–	2	–	5	А-1, Б-2, Б-5	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
5.	Реклама как креолизованный текст. Вербальное и невербальное в рекламе.	–	2	–	5	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
6.	Интралингвистические особенности рекламного текста. Фонетика рекламного текста. Лексика рекламного текста. Синтаксис рекламного текста.	–	2	–	5	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
7.	Жанры рекламного текста. Объявление – реклама – рекламное объявление. Жанры радиорекламы. Жанры телевизионной рекламы. Жанры газетной рекламы. Жанры интернет-рекламы.	–	2	–	5	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания

8.	Стилистика рекламы. Специфика стиля рекламы. Стилевые принципы создания рекламного текста. Особенности использования функциональных стилей в зависимости от тематики, жанра, и размещения (носителя) рекламного произведения, а также целевой аудитории. Тропы и речевые фигуры в рекламе.	–	2	–	5	А-1, Б-2, Б-3, Б-4	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
9.	Реклама в аспекте культуры речи. Нарушение языковых норм в рекламных текстах. Речевая культура современного общества через призму рекламы. Речевой этикет в рекламных текстах.	–	2	–	5	А-1, Б-1, Б-3, Б-4	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
10.	Языковая игра в коммуникативном пространстве рекламы. Фонетическая игра. Графическая игра. Морфологическая игра. Словообразовательная игра. Игра с прецедентными феноменами. Обыгрывание неоднозначности в рекламных текстах.	–	2	–	5	А-1, Б-1	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания

11.	Приемы речевого воздействия в рекламе. Языковое манипулирование. Имплицитная информация. Приемы нейролингвистического программирования в рекламе. Аргументация в рекламе. Реклама как манипулятивно-имиджевая коммуникация.	–	2	–	5	А-1, Б-1, Б-2, Б-3, Б-5	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
12.	Тексты различных средств реклам и их специфика. Реклама в прессе: в газетах и журналах. Тексты радиорекламы. Телевизионная реклама. Интернет-реклама. Прямая почтовая рассылка. Наружная реклама (баннеры, рекламные щиты, пиллары, панно, растяжки, плакаты, постеры, реклама на асфальте и т.п.).	–	2	–	5	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
13.	Язык рекламы в контексте глобализации и этнизации. Национальная культура как источник создания рекламных текстов. Этнокультурные особенности рекламных текстов.	–	2	–	5	А-1, Б-3	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
14.	Экспертная оценка рекламного текста. Лингвистическая экспертиза рекламных текстов. Оценка коммуникативной	–	2	–	5	А-1, Б-4, Б-5	Изучение основной и дополнительной литературы,	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего

	эффективности рекламы.						выполнение домашних заданий	задания
15.	Методика создания рекламных текстов. Важнейшие характеристики эффективного рекламного текста и рекламного имени. Понятие копирайтинга. Этапы составления рекламного сообщения: разработка общей концепции, выбор основных видов рекламы, разработка дизайна и (или) оформления, разработка текста, определение времени и средств распространения информации. Типичные ошибки в рекламных тестах и способы их устранения	–	2	–	8	А-1, Б-1, Б-2, Б-3, Б-4, Б-5	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
	ИТОГО	–	30	–	78			

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
(заочное обучение)

дисциплины «Язык рекламных текстов»

на 2 курс (3 сессия)

(наименование дисциплины)

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4 / 144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	17,7
лекций	-
практических/ семинарских	16
лабораторных	0
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	1,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	117,3
Учебных часов на подготовку к экзамену / зачету / дифференцированному зачету (Контроль)	9

Форма контроля: экзамен 2 курс (3 сессия)

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Рекламная коммуникация. Реклама как дискурс; его конститутивные признаки. Коммуниканты в пространстве рекламного дискурса. Когнитивные мотивы рекламы. Концепты и символы рекламной коммуникации. Ценности, образы, ассоциации рекламного дискурса. Рекламные тексты и целевые аудитории. Гендерные особенности рекламного текста	–	2	–	8	А-1, Б-2, Б-3	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
2.	Реклама как вид словесности. Риторика как инструмент изучения рекламы. Этос, пафос, логос рекламы. Место рекламы среди других видов словесности (массовая коммуникация, деловое общение, пропаганда).	–	1	–	7	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
3.	Основные вербальные составляющие рекламного текста. Слоган, классификация	–	1	–	8	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной	Собеседование, устный опрос, проверка

	рекламных слоганов. Заголовок. Основной рекламный текст. Эхо-фраза. Рекламные реквизиты.						литературы, выполнение домашних заданий	домашнего задания
4.	Маркетинговая информация в рекламном тексте. Имя бренда. Уникальное торговое предложение. Дополнительная маркетинговая информация. Товарная информация.	–	1	–	7	А-1, Б-2, Б-5	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
5.	Реклама как креолизованный текст. Вербальное и невербальное в рекламе.	–	1	–	8	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
6.	Интралингвистические особенности рекламного текста. Фонетика рекламного текста. Лексика рекламного текста. Синтаксис рекламного текста.	–	1	–	7	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
7.	Жанры рекламного текста. Объявление – реклама – рекламное объявление. Жанры радиорекламы. Жанры телевизионной рекламы. Жанры газетной рекламы. Жанры интернет-рекламы.	–	1	–	8	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания

8.	Стилистика рекламы. Специфика стиля рекламы. Стилевые принципы создания рекламного текста. Особенности использования функциональных стилей в зависимости от тематики, жанра, и размещения (носителя) рекламного произведения, а также целевой аудитории. Тропы и речевые фигуры в рекламе.	–	1	–	8	А-1, Б-2, Б-3, Б-4	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
9.	Реклама в аспекте культуры речи. Нарушение языковых норм в рекламных текстах. Речевая культура современного общества через призму рекламы. Речевой этикет в рекламных текстах.	–	1	–	8	А-1, Б-1, Б-3, Б-4	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
10.	Языковая игра в коммуникативном пространстве рекламы. Фонетическая игра. Графическая игра. Морфологическая игра. Словообразовательная игра. Игра с прецедентными феноменами. Обыгрывание неоднозначности в рекламных текстах.	–	1	–	8	А-1, Б-1	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания

11.	Приемы речевого воздействия в рекламе. Языковое манипулирование. Имплицитная информация. Приемы нейролингвистического программирования в рекламе. Аргументация в рекламе. Реклама как манипулятивно-имиджевая коммуникация.	–	1	–	8	А-1, Б-1, Б-2, Б-3, Б-5	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
12.	Тексты различных средств реклам и их специфика. Реклама в прессе: в газетах и журналах. Тексты радиорекламы. Телевизионная реклама. Интернет-реклама. Прямая почтовая рассылка. Наружная реклама (баннеры, рекламные щиты, пиллары, панно, растяжки, плакаты, постеры, реклама на асфальте и т.п.).	–	1	–	8	А-1, Б-2	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
13.	Язык рекламы в контексте глобализации и этнизации. Национальная культура как источник создания рекламных текстов. Этнокультурные особенности рекламных текстов.	–	1	–	8	А-1, Б-3	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
14.	Экспертная оценка рекламного текста. Лингвистическая экспертиза рекламных текстов. Оценка коммуникативной	–	1	–	8	А-1, Б-4, Б-5	Изучение основной и дополнительной литературы,	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего

	эффективности рекламы.						выполнение домашних заданий	задания
15.	Методика создания рекламных текстов. Важнейшие характеристики эффективного рекламного текста и рекламного имени. Понятие копирайтинга. Этапы составления рекламного сообщения: разработка общей концепции, выбор основных видов рекламы, разработка дизайна и (или) оформления, разработка текста, определение времени и средств распространения информации. Типичные ошибки в рекламных тестах и способы их устранения	–	1	–	8,3	А-1, Б-1, Б-2, Б-3, Б-4, Б-5	Изучение основной и дополнительной литературы, выполнение домашних заданий	Собеседование, устный опрос, проверка домашнего задания
ИТОГО		0	16	0	117,3			