

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

 Лейфа А.В. Лейфа

23 мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«СЕМИОТИКА КУЛЬТУРЫ И ИСТОРИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА»

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с
общественностью в государственных и коммерческих структурах

Квалификация выпускника – Магистр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Курс 1 Семестр 1

Зачет 1 сем

Общая трудоемкость дисциплины 108.0 (академ. час), 3.00 (з.е)

Составитель А.В. Блохинская, доцент, канд. филол. наук

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.17 № 528

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

01.02.2024 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

23 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

23 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

23 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

23 мая 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

научить анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, а также учитывать эти особенности в процессе межкультурной коммуникации.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса;
- овладеть навыками анализа достижения отечественной и мировой культуры с целью их использования при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов, при осуществлении межкультурного взаимодействия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Данная дисциплина относится к дисциплинам обязательной части. Данный курс читается в первом семестре на первом году обучения, он опирается на знания, полученные в рамках изучения таких дисциплин бакалавриата, как «Культурология», «Философия», «Теория и практика рекламы».

Дисциплина взаимосвязана с изучением таких курсов, как «Профессиональный иностранный язык», «Межкультурное коммуникационное взаимодействие».

Сформированность компетенций проверяется в рамках подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД-1УК-5 Осуществляет анализ коммуникативных знаков и единиц с учётом межкультурного взаимодействия.

3.2. Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Культура	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания	ИД-1ОПК-3 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ИД-2ОПК-3 Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и

	медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
--	--	--

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3.00 зачетных единицы, 108.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Введение в семиотику	1			2								15	Тест
2	Знаки, их сущность и свойства. Классификация семиотических знаков	1			2								15	Творческое задание
3	Семиотический анализ текстов рекламы и связей с общественностью	1			2								15	Творческое задание
4	Семиотика культуры в профессиональной деятельности	1			6								16	Доклад Упражнения
5	Особенности	1			2								14.8	Упражнения

	восприятия медиатекстов в разных культурах												
6	Анализ рекламных/PR текстов (по выбору) в семиотическом аспекте	1		2								16	Индивидуальная творческая работа по семиотическому анализу рекламного или PR-текста и ее защита Тест
7	Зачет	1						0.2					
	Итого		0.0	16.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	91.8			

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Введение в семиотику	Понятие семиотики. Предмет семиотики. Основные понятия семиотики: знак, текст, интерпретация, понимание. Синтактика. Прагматика. Семантика.
Знаки, их сущность и свойства. Классификация семиотических знаков	Понятие знака. Его основные характеристики. Свойства знака. Классификация знаков Ч.С.Пирса. Принципы классификации знаковых систем (с точки зрения физической природы, плана выражения, генезиса знаковых систем)
Семиотический анализ текстов рекламы и связей с общественностью	Коммуникативные отношения в системе «Рекламный эстетический объект – реципиент». Понятие креолизованного текста. Роль графических составляющих в рекламном тексте. Коммуникативные основы PR. Роль знаков в PR-тексте. Понятие кода. Вербальное сообщение. Иконическое сообщение. Понятие декодирования. Понятие денотации при анализе рекламного текста. Понятие коннотации при анализе рекламного текста.
Семиотика культуры в профессиональной деятельности	Понятие культуры. Основные этапы развития культуры в России и за рубежом. Семиотика культуры и искусства и ее отражения в текстах рекламы и связей с общественностью.
Особенности восприятия медиатекстов в разных культурах	Особенности восприятия рекламы в разных культурах. Принципы создания рекламы одного вида продукции для разных стран и культур.
Анализ рекламных/ PR текстов (по выбору) в семиотическом аспекте	Анализ рекламного или PR текста на основе полученных знаний.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Введение в семиотику	Подготовка к практическому занятию. Подготовка к тесту.	15
2	Знаки, их сущность и свойства. Классификация семиотических знаков	Подготовка к практическому занятию. Выполнение творческого задания	15
3	Семиотический анализ текстов рекламы и связей с общественностью	Подготовка к практическому занятию. Выполнение творческого задания.	15
4	Семиотика культуры в профессиональной деятельности	Подготовка к практическому занятию. Подготовка доклада. Выполнение упражнений.	16
5	Особенности восприятия медиатекстов в разных культурах	Подготовка к практическому занятию. Выполнение упражнений.	14.8
6	Анализ рекламных/ PR текстов (по выбору) в семиотическом аспекте	Подготовка индивидуальной творческой работы по семиотическому анализу рекламного или PR- текста и ее защиты	16

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках технологического подхода будут использованы следующие технологии:

- обучение с помощью аудиовизуальных средств (мультимедиа);
- система «малых групп»;
- «рецензирование» выступлений студентами;
- информационные технологии (электронные учебные издания).

При освоении дисциплины на занятиях используется как односторонняя форма коммуникации - пассивный метод, так и многосторонний - активный метод в форме беседы, дискуссии, диалога.

Групповой и индивидуальный методы работы со студентами. Групповой метод обеспечивает участие в работе каждого студента и предполагает вариативность участия в работе студентов с различной степенью речевой активности и инициативности. Индивидуальный метод заключается в раскрытии личностных возможностей обучающихся: их качеств, уровня языковой подготовки, умения самостоятельно включаться в процесс общения, управлять ситуацией общения.

В ходе обучения по данной дисциплине применяются активные и интерактивные формы занятий с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. При проведении практических занятий в интерактивной форме (обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, в принятии решений, лидерских качеств).

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины: зачет.

Вопросы к зачету

1. Семиотика как наука. Предмет семиотики. Основные понятия семиотики
2. Интерпретация текста. Понимание и интерпретация. 3. Знаки, их сущность и свойства. Понятие знака. Его основные характеристики. Свойства знака.
4. Принципы классификации знаковых систем (с точки зрения физической природы, плана выражения, генезиса знаковых систем). Классификация знаков Ч.С.Пирса.
5. Три измерения семиотического текста. Синтаксическое измерение семиотического текста (синтактика). Прагматика. Семантика.
6. Семиотика рекламы. Коммуникативные отношения в системе «Рекламный эстетический объект – реципиент».
7. Семиотический анализ рекламного сообщения.
8. Коммуникативные основы PR. Роль знаков в PR-тексте.
9. Понятие культуры. Основные этапы развития культуры в России и за рубежом. Их краткая характеристика.
10. Семиотика культуры и искусства и ее отражения в текстах рекламы и связей с общественностью.
11. Особенности восприятия рекламы в разных культурах.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература

1. Елина, Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание) : учебное пособие / Е. А. Елина. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — ISBN 978-5-394-01760-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57150.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Чертов, Л. Ф. Знаковая призма. Статьи по общей и пространственной семиотике / Л. Ф. Чертов. — Москва : Языки славянской культуры, 2014. — 320 с. — ISBN 978-5-94457-202-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/35630.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации : учебник / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 338 с. — ISBN 978-5-394-01262-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57124.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Иванов, Вяч. Вс. Избранные труды по семиотике и истории культуры. Том 4. Знаковые системы культуры, искусства и науки / Вяч. Вс. Иванов. — Москва : Языки славянских культур, 2007. — 792 с. — ISBN 5-9551-0207-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/28603.html> (дата обращения: 03.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Семиотический анализ рекламных и ПР - продуктов [Электронный ресурс] : учеб.-метод. материалы для направления подготовки 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" / АмГУ, ФФ ; сост. А. В. Блохинская. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. - 12 с. – Режим доступа:http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8184.pdf
7. Бразговская, Е. Е. Семиотика. Языки и коды культуры : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Бразговская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11201-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541070> (дата обращения: 03.04.2024).

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL

		https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
2	Операционная система Linux	GNU-лицензия (GNU General Public License)
3	Электронно-библиотечная система IPRbooks: http://www.iprbookshop.ru/	Научно- образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования.
4	ЭБС ЮРАЙТ https://urait.ru/	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	Реклама в России.	Информационный портал содержащий информацию о законодательстве в области рекламы. Новые идеи и решения.
2	AdvertMe	Рекламный портал. Специализированный интернет-проект содержащий информацию о рекламном бизнесе, рг, брендинге, маркетинге и менеджменте
3	Специализированный портал Outdoor.ru	Профессиональный отраслевой ресурс «Outdoor Media» посвящен индустрии рекламы, содержит тематические информационно- образовательные данные.
4	Медиаскоп	Сайт журнала факультета журналистики МГУ

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация располагает материально- технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер – и учебно-наглядные пособия (тестовые задания).

В университете имеются помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно- образовательную среду организации.

Магистранты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно- библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно- образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.