

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной работе

А.В. Лейфа

« 13 » мая 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

СЕМИОТИКА РЕКЛАМЫ

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника Бакалавр

Год набора 2020

Форма обучения: очная

Курс 1 Семестр 1

Зачет 1 сем.

Общая трудоемкость дисциплины 72 (акад. час.), 2 (з.е.)

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

Факультет филологический


Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

2020 г.


Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 512.

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

«12» 05 2020 г., протокол № 9


Заведующий кафедрой  Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

(подпись) Н.А. Чалкина


«__» _____ 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

(подпись) Е.Г. Иващенко


«12» 05 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

(подпись)

«12» 05 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр информационных и образовательных технологий

(подпись)

«12» 05 2020 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: выработать способность создавать востребованные обществом и индустрией рекламные тексты с использованием различных знаковых (семиотических) систем.

Задачи дисциплины: 1) ознакомить с основными положениями семиотики рекламы, необходимыми в профессиональной деятельности;

2) научить выявлять знаковые особенности рекламных текстов;

3) научиться использовать различные семиотические системы при составлении разного рода рекламных текстов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Данная дисциплина относится к дисциплинам обязательной части. Для изучения дисциплины необходимы знания, формирующиеся у обучающихся при изучении дисциплин «Введение в профессию». Изучение данной дисциплины связано с дисциплиной «Стилистика и редактирование текста», «Теория и практика связей с общественностью», «Современные языковые тенденции в медиатекстах», практикой «Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)».

Сформированность компетенций проверяется в рамках Государственной итоговой аттестации.

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

3.2. Общефессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) обще- профессиональных компетенций	Код и наименование обще- профессиональной компе- тенции	Код и наименование индикатора до- стижения общефессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен созда- вать востребованные об- ществом и индустрией медиатексты и (или) ме- диапродукты, и (или) коммуникационные про- дукты в соответствии с нормами русского и ино- странным языком, осо- бенностями иных знако- вых систем	ИД-1ОПК-1 Выявляет отличительные особен- ности медиатекстов, и (или) медиа- продуктов, и (или) коммуни- кационных продуктов разных ме- диа сегментов и платформ ИД-2ОПК-1 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественно- стью и (или) иных коммуни- кационных продуктов различных жан- ров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных зна- ковых систем

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

№ п/ п	Тема дисциплины, курсовая работа (проект), проме- жуточная аттестация	Семестр	Виды кон- тактной рабо- ты и трудоем- кость (в акад. часах)			Контроль (в акад. часах)	Самостоя- тельная рабо- та (в акад. часах)	Формы текущего контроля успевае- мости
			Л	ПЗ	КТО			
1	Основные понятия семиотики. История семиотики.	1	4	2		2	Тест	

№ п/п	Тема дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)			Контроль (в академических часах)	Самостоятельная работа (в академических часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	КТО			
2	Уровни восприятия семиотического текста и его интерпретация.	1	2	2			2	Тест
3	Знаки, их сущность и свойства. Классификация знаков.	1	4	4			2	Тест
4	Три измерения семиотического текста.	1	2	2			2	Эссе
5	Символическая действительность.	1		8			2	Сообщение
6	Семиотика рекламы.	1	2	4			2	Упражнения
7	Реклама как креолизованный текст.	1	2	4			2	Творческая работа
8	Семиотический анализ рекламного сообщения	1	2	8			5,8	Творческое задание Индивидуальная творческая работа по семиотическому анализу рекламного текста и ее защита
	Зачет	1			0,2			
Итого			18	34	0,2	—	19,8	

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, КТО – контроль теоретического обучения.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Основные понятия семиотики. История семиотики	Основа гуманитарной семиотики. Границы предметной области семиотики. Понятие семиотики. Предмет семиотики. Междисциплинарный характер семиотики. Ценность семиотики для языкознания. Спор о природе вещей в Древней Греции. Ч.Пирс основатель семиотики Нового времени. Первая в XX в. книга по семиотике: «Основания теории знаков» Чарльза Морриса (Чикаго, 1938). Ролан Барт. Умберто Эко. В.В. Иванов. Московско-тартуская семиотическая школа. Основные постулаты московско-тартуской семиотики. Ю. М. Лотман
2	Уровни восприятия семиотического текста	Уровни восприятия семиотического текста. Интерпретация текста. Понимание и интерпретация.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
3	Знаки, их сущность и свойства. Классификация знаков	Понятие знака. Его основные характеристики. Свойства знака. Принципы классификации знаковых систем (с точки зрения физической природы, плана выражения, генезиса знаковых систем). Взаимоотношения знака и объекта. Соотношения понятий знак-символ-эмблема-образ. Структура знака. Классификация знаков Ч.С.Пирса. Знаки-индексы. Иконические знаки. Знаки-символы.
4	Три измерения семиотического текста	Производные и сложные знаки. Интонационные знаки-образы (ритм, мелодия, метр). Вербальные образы (тропы). Эмблемы. Аллегии. Иносказания. Синтаксическое измерение семиотического текста (синтактика). Прагматика. Семантика.
5	Семиотика рекламы	Коммуникативные отношения в системе «Рекламный эстетический объект – реципиент».
6	Реклама как креолизованный текст	Понятие креолизованного текста. Структура рекламного текста. Специфика объекта рекламы. Виды рекламы в зависимости от социально-нравственных критериев. Метафора в рекламе.
7	Семиотический анализ рекламного сообщения	Понятие кода. Вербальное сообщение. Иконическое сообщение. Понятие декодирования.

5.2. Практические занятия

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Основные понятия семиотики. История семиотики.	Основа гуманитарной семиотики. Основные постулаты московско-тартуской семиотики. Ю. М. Лотман ки. Границы предметной области семиотики.
2	Уровни восприятия семиотического текста и его интерпретация.	Уровни восприятия семиотического текста. Интерпретация текста. Понимание и интерпретация
3	Знаки, их сущность и свойства. Классификация знаков.	Понятие знака. Его основные характеристики. Свойства знака. Принципы классификации знаковых систем. Классификация знаков Ч.С.Пирса. Знаки-индексы. Иконические знаки. Знаки-символы.
4	Три измерения семиотического текста.	Производные и сложные знаки. Интонационные знаки-образы (ритм, мелодия, метр). Вербальные образы (тропы). Эмблемы. Аллегии. Иносказания. Синтаксическое измерение семиотического текста (синтактика). Прагматика. Семантика.
5	Символическая действительность.	Древнейшие искусственные семиотики: число и буква. Информационные языки. Языки программирования. Значимость символических семиотик. Семиотика культуры и искусства. Язык и языки программирования. Язык поз и жестов. Язык одежды. Семиотика поведения. Тенденции развития знаковых систем.
6	Семиотика рекламы.	Коммуникативные отношения в системе «Рекламный эстетический объект – реципиент».
7	Реклама как креолизованный текст.	Виды рекламы в зависимости от социально-нравственных критериев. Метафора в рекламе. Языковая игра в рекламе. Графическая составляющая рекламного текста.
8	Семиотический	Понятие кода. Вербальное сообщение. Иконическое сообщение.

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
	анализ рекламного сообщения	Понятие декодирования. Анализ рекламного текста на основе полученных знаний.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в акад. часах
1	Основные понятия семиотики. История семиотики.	Подготовка к практическому занятию. Подготовка к тестированию.	2
2	Уровни восприятия семиотического текста и его интерпретация.	Подготовка к практическому занятию. Подготовка к тестированию.	2
3	Знаки, их сущность и свойства. Классификация знаков.	Подготовка к практическому занятию. Подготовка к тестированию	2
4	Три измерения семиотического текста.	Подготовка к практическому занятию. Подготовка к тестированию. Написание эссе	2
5	Символическая действительность.	Подготовка сообщения	2
6	Семиотика рекламы.	Подготовка к практическому занятию. Выполнение упражнений.	2
7	Реклама как креолизованный текст.	Подготовка к практическому занятию. Выполнение творческого задания.	2
8	Семиотический анализ рекламного сообщения	Подготовка к практическому занятию. Выполнение творческого задания. Индивидуальная творческая работа по семиотическому анализу рекламного текста.	5,8
Итого			19,8

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках технологического подхода будут использованы следующие технологии:

- лекционно-семинарское обучение: информационная лекция, проблемная лекция; лекция-беседа, развернутая беседа, система семинарских докладов;
- обучение с помощью аудиовизуальных средств (мультимедиа);
- «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. Понятие семиотики. Предмет семиотики. Междисциплинарный характер семиотики.
2. Роль семиотики в современном мире. Ее функции. Современные направления семиотики.
3. Семиотика в Древней Греции.
4. Ч.Пирс основатель семиотики Нового времени.
5. Первая в XX в. книга по семиотике: «Основания теории знаков» Чарльза Морриса (Чикаго, 1938).
6. Ролан Барт как семиотик. Его роль в развитии Семиотики рекламы.
7. Московско-тартуская семиотическая школа. Основные постулаты московско-тартуской семиотики. Ю.М.Лотман
8. Уровни восприятия семиотического текста.
9. Интерпретация текста. Понимание и интерпретация.
10. Понятие знака. Его основные характеристики. Свойства знака. Структура знака.
11. Принципы классификации знаковых систем (с точки зрения физической природы, плана выражения, генезиса знаковых систем). Производные и сложные знаки.
12. Классификация знаков Ч.С.Пирса. Знаки-индексы. Иконические знаки. Знаки-символы.
13. Синтаксическое измерение семиотического текста (синтактика). Прагматика. Семантика.
14. Тенденции в развитии знаковых систем.
15. Коммуникативные отношения в системе «Рекламный эстетический объект – реципиент».
16. Семиотический анализ рекламного сообщения.
17. Реклама как креолизованный текст. Понятие креолизованного текста. Структура рекламного текста.
18. Специфика объекта рекламы. Виды рекламы в зависимости от социально-нравственных критериев.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература:

1. Елина Е.А. Семиотика рекламы (2-е издание) [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Елина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — 978-5-394-01760-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57150.html> ЭБС «IPRbooks»

2. Голуб О.Ю. Теория коммуникации [Электронный ресурс]: учебник/ Голуб О.Ю., Тихонова С.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 338 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57124> .— ЭБС «IPRbooks»

3. Чертов Л.Ф. Знаковая призма. Статьи по общей и пространственной семиотике [Электронный ресурс]/ Чертов Л.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Языки славянской культуры, 2014.— 320 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35630> .— ЭБС «IPRbooks»

4. Лободанов А.П. Семиотика искусства. История и онтология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Лободанов А.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2013.— 680 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54652> .— ЭБС «IPRbooks»

5. Семиотика рекламы [Электронный ресурс] : учебно-методические материалы для направления подготовки 42.03.01 / АмГУ, ФФ ; сост. А.В. Блохинская. – Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8171.pdf

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

№	Наименование	Описание
1	Операционная система MS Windows 7 Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Суб-

№	Наименование	Описание
		лицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года

№	Наименование	Описание
1	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.
2	Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ: https://biblio-online.ru/	Виртуальный читальный зал литературы по многим отраслям знаний. Фонд электронной библиотеки составляет более 5000 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	http://elibrary.ru	Научная электронная библиотека журналов
2	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека
3	Реклама в России.	Информационный портал содержащий информацию о законодательстве в области рекламы. Новые идеи и решения, рубрики "Наружная реклама", "Реклама в прессе", "Public Relations", "Медиапланирование", "Электронные СМИ", "Маркетинг", "Наружная реклама" и пр.
4	AdvertMe	Рекламный портал. Специализированный интернет-проект содержащий информацию о рекламном бизнесе, рг, брендинге, маркетинге и менеджменте

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 занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер – и учебно-наглядные пособия (презентации лекций, 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.

Студенты 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.