

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»  
Кафедра «Философия и культурология»

УТВЕРЖДАЮ

И.В. Макурин

И.В. Макурин

20/17 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**


**дисциплины «Мастер-класс «Тексты в рекламе»»**

основной профессиональной образовательной программы  
подготовки бакалавров  
по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»

Форма обучения            очно-заочная  
Технология обучения    традиционная


Комсомольск-на-Амуре 20/17

Автор рабочей программы  
доцент, канд. полит. наук


  
« 15 » 12 2017 г.

СОГЛАСОВАНО


Директор библиотеки

  
« 18 » 12 2017 г.


Заведующий кафедрой  
«Философия и культурология»

  
« 15 » 12 2017 г.

Декан ФЗДО

  
« 18 » 12 2017 г.

Начальник УМУ

  
« 19 » 12 2017 г.

## Введение

Рабочая программа дисциплины «Мастер-класс «Тексты в рекламе»» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 № 997 и основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии».

## 1 Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Мастер-класс «Тексты в рекламе»							
Цель дисциплины	формирование у студентов умений и навыков подготовки рекламных текстов							
Задачи дисциплины	-сформировать у обучающихся знания особенностей подготовки рекламных текстов; -сформировать у обучающихся знания приемов подготовки рекламных текстов; -сформировать у обучающихся знания жанров и видов рекламного текста; -способствовать развитию у обучающихся умений и навыков подготовки рекламных текстов							
Основные разделы дисциплины	1. Структура и содержание рекламного текста 2. Жанры и виды рекламного текста 3. Языковое манипулирование в рекламе							
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. / 108 академических часов							
		Аудиторная нагрузка, ч				СРС, ч	Про- меж- уточ- ная атте- ста- ция, ч	Все- го за се- мestr , ч
	Семестр	Лек- ции	Пр. занятия	Лаб. работы	Курсовое проектирование			
3 се- мestr		16	-	-	92	-	108	
ИТОГО:			16	-	-	92	-	108

## 2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Дисциплина «Мастер-класс «Тексты в рекламе»» нацелена на формирование компетенций, знаний, умений, навыков, указанных в таблице 1.

Таблица 1. Компетенции, знания, умения, навыки

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)
ОПК-3 обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	З1(ОПК-3-2) основы и правила подготовки рекламных текстов	У1(ОПК-3-2) самостоятельно готовить рекламные тексты (рекламные слоганы, рекламные объявления, рекламные плакаты, рекламные баннеры и т.д.)	Н1(ОПК-3-2) владеть навыками самостоятельного написания и подготовки различных рекламных текстов (рекламных слоганов, рекламных объявлений, рекламных плакатов, рекламных баннеров и т.д.)
	З2(ОПК-3-2) визуальные и композиционные особенности рекламных текстов	У2(ОПК-3-2) самостоятельно использовать в профессиональной деятельности визуальные и композиционные правила подготовки рекламных текстов	Н2(ОПК-3-2) владеть навыками самостоятельного использования в профессиональной деятельности визуальные и композиционные правила подготовки рекламных текстов

### **3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Мастер-класс «Тексты в рекламе»» изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к базовой части.

Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении курса «Стилистика и литературное редактирование».

Входной контроль проводится в виде тестирования. Задания тестов представлены в приложении 1 РПД.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов	
	Очная форма обучения	Заочная (очно-заочная) форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	-	108
<b>Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего</b>	-	16
В том числе:		
<b>занятия лекционного типа</b> (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	-	6
<b>занятия семинарского типа</b> (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	-	10
<b>Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа</b> , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	-	92
Промежуточная аттестация обучающихся	0	0

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

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
<b>Раздел 1 Структура и содержание рекламного текста</b>					

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
1. Основные структурно-содержательные характеристики рекламного текста	Практическое занятие	4	Дискуссия	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	7	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2)
<b>ИТОГО по разделу 1</b>	Лекции	0	-	-	-
	Практические занятия	4	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	15	-	-	-
<b>Раздел 2 Жанры и виды рекламного текста</b>					
2. Жанрово-видовое разнообразие рекламных текстов	Практическое занятие	4	Традиционное	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	7	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка контрольной работы)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2)
<b>ИТОГО по разделу 2</b>	Лекции	0	-	-	-
	Практические занятия	2	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	15	-	-	-

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	чающихся				
<b>Раздел 3 Языковое манипулирование в рекламе</b>					
3. ИмPLICITная информация	Практическое занятие	2	Проблемное изложение	ОПК-3	31(ОПК-3-2) 32(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	7	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	31(ОПК-3-2) 32(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	31(ОПК-3-2) 32(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
4. Приемы НЛП в рекламе	Практическое занятие	2	Проблемное изложение	ОПК-3	31(ОПК-3-2) 32(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	7	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	31(ОПК-3-2) 32(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	31(ОПК-3-2) 32(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
5. Языковые приемы НЛП (фокусы языка)	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-3	31(ОПК-3-2) 32(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	8	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	31(ОПК-3-2) 32(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	нятию)				
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) З2(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
6. Приемы манипулирования в рекламном тексте	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) З2(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическому занятию)	8	Освоение материала раздела дисциплины. Подготовка к опросу.	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) З2(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	8	Чтение основной и дополнительной литературы. Конспектирование.	ОПК-3	З1(ОПК-3-2) З2(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)
<b>ИТОГО по разделу 3</b>	Лекции	-	-	-	-
	Практические занятия	8	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	62	-	-	-
<b>Промежуточная аттестация по дисциплине</b>		-	Зачет	-	-
<b>ИТОГО по дисциплине</b>	Лекции	0	-	-	-
	Практические занятия	16	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	92	-	-	-
<b>ИТОГО:</b> общая трудоемкость дисциплины 108 часов, в том числе с использованием активных методов обучения 4 часа.					



## **6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся, осваивающих дисциплину «Мастер-класс «Тексты в рекламе»», состоит из следующих компонентов: изучение теоретических разделов дисциплины; подготовка к практическим занятиям; выполнение контрольной работы.

Для эффективного выполнения всех разделов самостоятельной работы учащимся рекомендуется использовать следующее учебно-методическое обеспечение:

1. СТО 7.5-17 Положение о самостоятельной работе студентов ФГБОУ ВПО «КНАГТУ». – Введ. 2015-04-06. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2015. – 24 с.

2. РД ФГБОУ ВО КНАГТУ013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления». – Введ. 2016-03-10. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВО «КНАГТУ», 2016. – 56 с.

График выполнения самостоятельной работы представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Рекомендованный график выполнения самостоятельной работы

Вид самостоятельной работы	Часов в неделю																	Итого по видам работ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Изучение теоретических разделов дисциплины	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	42
Подготовка к практическим занятиям	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	22
Написание контрольной работы	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	28
<b>ИТОГО в 3 семестре</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>92</b>

## 7 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 5 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
1. Структура и содержание рекламного текста	31(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2)	Задания к практическим занятиям	Знает требования, предъявляемые к структуре и содержанию рекламного текста. Знает основные элементы рекламного текста (слоган, заголовок, эхо-фразу, основной рекламный текст). Умеет анализировать структуру рекламного текста. Умеет разрабатывать отдельные структурные элементы рекламного текста. Обладает навыком анализа структуры рекламного текста.
2. Жанры и виды рекламного текста	31(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2)	Задания к практическим занятиям Контрольная работа	Знает основные жанры и виды рекламного текста. Умеет анализировать виды и жанры конкретных рекламных текстов. Обладает навыком анализа жанра и вида конкретного рекламного текста. Умеет разрабатывать отдельные структурные элементы рекламного текста. Обладает навыком создания структурных элементов рекламного текста.
3. Языковое манипулирование в рекламе	31(ОПК-3-2) 32(ОПК-3-2) У1(ОПК-3-2) У2(ОПК-3-2) Н1(ОПК-3-2) Н2(ОПК-3-2)	Задания к практическим занятиям Тест	Знает приемы языкового манипулирования в рекламном тексте. Умеет использовать различные приемы и технологии для создания рекламного текста. Обладает навыком создания рекламных текстов.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции ОПК-3, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 6).

Таблица 6– Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
3 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме зачета</i>				

	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Сроки выполнения</b>	<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
1.	Задание к практическому занятию 1.	4 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
2.	Задание к практическому занятию 2.	6 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
3.	Задание к практическому занятию 3.	8 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
4.	Задание к практическому занятию 4.	12 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
5.	Задание к практическому занятию 5.	14 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
6.	Задание к	16 неде-	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участво-

	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Сроки выполнения</b>	<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
	практическому занятию 6.	ля		вал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
7.	Задание к практическому занятию 7.	17 неделя	10 баллов	ответил на три и более вопросов и участвовал в обсуждении проблемного вопроса занятия – 10 баллов; ответил на два вопроса и участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 8 баллов; ответил на один вопрос и (или) участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 6 баллов, не ответил ни на один вопрос и не участвовал в обсуждении проблемного вопроса – 0 баллов.
8.	Контрольная работа	8 неделя	10 баллов	Контрольная работа соответствует всем количественным и качественным критериям. Все вопросы в контрольной работе раскрыты – 9-10 баллов; контрольная работа соответствует всем количественным и качественным критериям. Вопросы в контрольной работе в целом раскрыты – 5 – 8 баллов; контрольная работа частично соответствует качественным критериям (не раскрыто 50% вопросов) – 1-3 баллов; контрольная работа не соответствует количественным и качественным критериям – 0 баллов.
9.	Тест	17 неделя	10 баллов	Правильно ответил на 9-10 вопросов теста – 20 баллов; правильно ответил на 7-8 вопросов теста – 14-16 баллов; правильно ответил на 3-6 вопросов теста – 6-12 баллов; правильно ответил менее чем на 3 вопроса теста – 4 балла.
<b>ИТОГО:</b>			100 баллов	
<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине:</b> 0-31 баллов – «не зачтено» 31-50 баллов – «зачтено»				

### **Типовые задания для текущего контроля**

#### **ТЕСТ**

**1. Какой компонент является обязательным при составлении печатной рекламы?**

- А. Слоган;
- Б. Заголовок;
- В. Основной рекламный текст;
- Г. Эхо-фраза.

**2. В основе этого вида рекламного текста лежит агитация в пользу товара на основе логической или образной аргументации. Построен на сравнении с другими товарами-**

- А. Информировующий;
- Б. Побуждающий;
- В. Воодушевляющий;
- Г. Убеждающий.

**3. Реклама, в которой аргументация представлена в виде поэтапного действия называется:**

- А. Инструктирующая;
- Б. Реклама –диалог;
- В. Сравнительная.

**4. Это «выражение или предложение, поставленное в конце текста печатного объявления, которое повторяет (дословно или по смыслу) главную часть основного мотива в объявлении»:**

- А. Заголовок;
- Б. Слоган;
- В. Эхо-фраза.

**5. Что включает в себя интонация?**

- А. Диапазон
- Б. Ритм
- В. Все ответы верны

**6. Иноязычные инкрустации образуются при помощи...**

- А. Транскрипция
- Б. Аллитерация
- В. Все ответы верны

**7. Приём звуковой выразительности, повторение однородных гласных звуков, это...**

- А. Аллитерация
- Б. Ассонанс
- В. Ономатопея

**8. Выразительное художественное определение это:**

- А. Метафора;

- Б. Эпитет;
- В. Антитеза;
- Г. Контаминация.

**9. Синонимы, сближающиеся по значению в условиях одного контекста**

- А. Стилиевые;
- Б. Контекстуальные;
- В. Семантические;
- Г. Смысловые.

**10. Группа слов, состоящая из нескольких синонимов, называется:**

- А. Градация;
- Б. Ключевые слова;
- В. Синонимический ряд;
- Г. Антитеза.

**Вставьте пропущенное слово.**

11. \_\_\_\_\_ – это рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение.

12. В \_\_\_\_\_ развивается аргументация, посредством которой доказываются истинность заголовка и целесообразность его применения.

13. \_\_\_\_\_ – один из наиболее часто используемых стилистических приемов, в которых сопоставляются сродные представления, предметы и явления с целью объяснения одного другим.

14. Рифма – особый вид \_\_\_\_\_ звукового повтора, созвучие в окончании двух или нескольких слов.

15. Графон – умышленное искажение \_\_\_\_\_ нормы, отражающее индивидуальные или диалектные нарушения нормы фонетической.

16. Звукоподражание – слово, которое служит для имитации звуков окружающей действительности \_\_\_\_\_ языка.

17. Синонимы – слова, ... по значению, но ... по звучанию. (близкие; различные).

18. Паронимы – это ... слова, близкие по звучанию, но не совпадающие в значениях. (однокоренные)

19. Фразеологизм – это ... сочетания слов, обладающие ... значением, которые, в отличие от обычных словосочетаний не создаются в процессе речи, а

воспроизводятся. (устойчивые; целостным.)

### **Определить тип слогана:**

20. «Ваша киска купила бы Вискас».

## **Типовые задания к практическим заданиям**

### **Задание к разделу 1.**

«Структура и содержание рекламного текста»

1. Приведите примеры рекламных слоганов с использованием слов основных фоновых эмоций, по 1 примеру: сила; сексуальный подтекст; радость; умиление-любовь к детям и зверьям; слова эстетично-эмоционального значения.
2. Проанализируйте структуру конкретного рекламного текста. Выделите основные структурные элементы: зачин, ОРТ, эхо-фразу. (Текст на выбор студента).

### **Задание к разделу 2.**

«Жанры и виды рекламного текста»

Составьте текст радиорекламы по плану:

- Назвать предмет (услугу) и выделить его (её) среди прочих;
- Передать информацию о товаре (услуге), качествах и месте реализации;
- Побуждать потребителя попробовать новый предмет (услугу) и способствовать его (её) повторному использованию;
- Стимулирование распространения товара (услуги);
- Развитие предпочтения и приверженности определенной марке (фирме).

### **Задание к разделу 3.**

«Языковое манипулирование в рекламе»

1. Составьте по 5 рекламных слоганов с использованием приемов языковой игры (Аллитерация, созвучия и рифма, ритм, преднамеренные орфографические ошибки, графические выделения (слова-матрешки), неологизмы)
2. Составьте рекламные слоганы с использованием семантического поля, по 1 примеру: (1. физиологические потребности; 2. потребность в безопасности; 3. потребность в любви, привязанности, причастность к группе; 4. социально-престижные потребности: уважение, статус, положение, престиж, признание, компетентность, значимость; 5. самореализация; 6. прагматичность).

## **Примерная тематика контрольной работы**

1. Лексическая экспрессия в рекламе (на материале рекламных изданий)



города).

2. Синтаксические конструкции как средство экспрессивности рекламных текстов (на материале рекламы города).

3. Метафоры в рекламе как отражение картины мира (на материале рекламы города).

4. Гипербола как основной риторический прием рекламы (на материале рекламы города).

5. Социолингвистическая окрашенность лексики как выразительное средство рекламы (на материале рекламы города).

6. Рекламные стратегии в женских журналах (на материале региональных изданий).

7. Выразительные средства в женских журналах (на материале региональных изданий).

8. Рекламные стратегии в мужских журналах (на материале региональных изданий).

9. Выразительные средства в мужских журналах (на материале региональных изданий).

10. Рекламные стратегии в молодежных изданиях (на материале региональных СМИ).

11. Выразительные средства в молодежных изданиях (на материале региональных СМИ).

12. «Глянцевые журналы»: концепция образа жизни, человеческие персонажи, рекламные стратегии (на материале региональных изданий).

13. Образ человека в современной русской рекламе.

14. Образ ребёнка в современной русской рекламе.

15. Образ семьи в современной русской рекламе как отражение общечеловеческих ценностей.

16. Рекламные аргументы в рекламных текстах о туризме (на материале рекламы города).

17. Рекламные аргументы в рекламных текстах о косметике и медицине (на материале рекламы города).

18. Рекламные аргументы в рекламных текстах о домоводстве (на материале рекламы города).

19. Этически и логически неприемлемые приемы аргументации.

21. Социальная реклама на территории Хабаровского края.

22. Культурноречевые проблемы политической рекламы.

25. Гендерные аспекты рекламной аргументации.

26. Язык рекламы г. Комсомольска-на-Амуре: нормативный аспект.

27. Нарушение литературной нормы в региональных рекламных текстах как средство воздействия на потребителя.

28. Интертекстуальность как прием создания современного рекламного заголовка (на материале региональных изданий).

29. Стилистически маркированная лексика в молодежной рекламе (на материале региональных изданий).

30. Прецедентные феномены в региональных рекламных текстах.

## **Требования к контрольной работе**

Подготовка контрольной работы включает в себя поиск литературы, знакомство с ней, написание и оформление контрольной работы. Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями РД 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления». Контрольная работа в оформленном виде должен включать титульный лист, содержание, введение, основную часть с разбивкой на разделы (и, если необходимо, на подразделы), заключение, а также список использованных источников. Список должен включать, как правило, не менее трёх названий научной, научно-популярной литературы. Объём работы должен составлять от 10 до 15 страниц компьютерного набора на листах А4 с одной стороны шрифтом 14 через полтора интервала.

## **8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **8.1 Основная литература**

1. Иванова, К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. - 3-е изд., обновлённое и доп. - СПб.: Питер, 2010. - 174с.
2. Бернадская, Ю. С. Текст в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) "Реклама" / Ю.С. Бернадская - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
3. Балахнина, В.Ю. Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе»: Учебное пособие / В.Ю. Балахнина. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре гос. техн. ун-т», 2013. – 63 с.

### **8.2 Дополнительная литература**

1. Аниськина, Н. В. Модели анализа рекламного текста [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.В. Аниськина, Т.Б. Кольшкіна. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013. - 304 с. з // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
2. Технология создания рекламного текста [Электронный ресурс] : Методическое пособие/ Д.Л. Обидин - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 32 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
3. Гойхман, О. Я. Лейчик, В. М. Реклама: язык, речь, общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / Под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 288 с. з // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная

система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

## **9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный. - Загл. с экрана.

2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный. - Загл. с экрана.

## **10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Обучение дисциплине «Мастер-класс «Тексты в рекламе»» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает: изучение теоретических разделов дисциплины; подготовку к практическим занятиям.

Таблица 7 – Методические указания к отдельным видам деятельности

Компонент учебного плана	Организация деятельности обучающихся
Лекционные занятия	В процессе проведения лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Рекомендуется избегать дословного записывания информации за преподавателем, а самостоятельно формулировать краткие формулировки основных положений лекционного материала. Желательно оставлять в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. В ходе лекции студенты могут задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Перед началом каждой лекции рекомендуется прочесть материал предыдущего лекционного занятия с целью установления взаимосвязей нового учебного материала с усвоенным ранее для формирования целостного видения изучаемой экономической проблематики.

Компонент учебного плана	Организация деятельности обучающихся
Практические занятия	<p>Основой для подготовки к практическому (семинарскому) занятию является содержание лекционных занятий. Помимо этого для более глубокого понимания учебного материала необходимо использовать в процессе подготовки к занятиям учебную и учебно-методическую литературу. Показателем полноценной готовности студента к практическому занятию является способность самостоятельно излагать материал, приводить примеры, высказывать собственное мнение/критическое суждение по спорным вопросам и аргументировать свою точку зрения.</p> <p>Все непонятные для обучающихся вопросы подробно разбираются на практическом занятии. Поэтому при подготовке к данному виду занятия студенту рекомендуется зафиксировать непонятные вопросы (закономерности, формулы, правила и пр.) и задать их преподавателю в начале занятия до проведения опроса.</p>
Контрольная работа	<p>Подготовка контрольной работы включает в себя поиск литературы, знакомство с ней, написание и оформление контрольной работы. Контрольная работа оформляется в соответствии с требованиями РД 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления». Контрольная работа в оформленном виде должен включать титульный лист, содержание, введение, основную часть с разбивкой на разделы (и, если необходимо, на подразделы), заключение, а также список использованных источников. Список должен включать, как правило, не менее трёх названий научной, научно-популярной литературы. Объём работы должен составлять от 10 до 15 страниц компьютерного набора на листах А4 с одной стороны шрифтом 14 через полтора интервала.</p>

В качестве опорного конспекта лекций используется электронный учебник: Балахнина, В.Ю. Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе»: Учебное пособие / В.Ю. Балахнина. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре гос. техн. ун-т», 2013. – 63 с.

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

В образовательном процессе используются следующее программное обеспечение и информационные справочные системы:

1 Microsoft® WindowsProfessional 7 Russian. Подтверждающий документ: Лицензионный сертификат 46243844, MSDNProductKey

2 Microsoft® Office Professional Plus 2010 Russian. Подтверждающий документ: Лицензионный сертификат 47019898, MSDNProductKey

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

Для реализации программы дисциплины «Мастер-класс «Тексты в рекламе»» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 8.

Таблица 8 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование	Назначение оборудования
С выходом в интернет + локальное соединение	Мультимедийный класс	1 персональный ЭВМ с процессором	Проведение лекционных и практических занятий в виде презентаций

## Тестовые задания для входного контроля

### 1. Какие цели ставятся при правке-обработке (выберите наиболее полный ответ, не содержащий ошибочных утверждений)?

- 1) Литературная обработка, проверка и уточнение содержания текста, мысли автора.
- 2) Исправление фактических и стилистических ошибок.
- 3) Совершенствование жанровой формы текста.
- 4) Исправление авторской концепции, фактических, композиционных и стилистических ошибок.
- 5) Сокращение объема текста.

### 2. Какой порок текста свойствен плохо составленному повествованию?

- 1) Излишняя детализация, выбор нехарактерных элементов, не создающих целостной картины в представлении читателя.
- 2) Неправильный выбор узлов, не продвигающих изложение, не обуславливающих появление других узлов; нарушение хронологии в их расположении.
- 3) Нарушение причинно-следственных связей, отношений обоснования, игнорирование тезиса.
- 4) Выбор несущественных или искажающих фактическую основу текста признаков понятия.
- 5) Неточность в выборе слов.

### 3. Каковы характерные пороки определения?

- 1) Выбор узлов, не продвигающих изложение, нарушение хронологии событий.
- 2) Выбор нехарактерных элементов, не создающих целостной картины, нарушение принципа их систематизации.
- 3) Невнятно сформулированный тезис, неубедительные аргументы.
- 4) Логическое неравенство объемов частей, неопределенность объема понятия, порочный круг.
- 5) Неверное расположение элементов в тексте, построенном по принципу «перевернутой пирамиды»

### 4. Когда редактор прибегает к проверке фактического материала?

- 1) Во время ознакомительного чтения.
- 2) После углубленного чтения.
- 3) После вычитки.
- 4) В процессе правки-обработки.
- 5) В процессе правки-переделки.

### 5. Какой из приведенных ответов раскрывает суть определения как вида текста?

- 1) Исследование явлений, извлечение нового знания из связей ранее установленных фактов.
- 2) Рассказ о событиях, представленный в хронологической последовательности его отдельных узлов.
- 3) Перечисление наиболее важных, ранее установленных признаков предмета, явления (как наблюдаемых, так и ненаблюдаемых).
- 4) Перечисление характерных видимых признаков предмета, явления.
- 5) Добавление к реальному толкованию понятий интересных деталей, придание тексту более свободной литературной формы.

**6. Выберите правильное значение слова КАТАКЛИЗМ:**

- 1) привлечение к суду парламента высших должностных лиц государства;
- 2) разрушительный переворот, катастрофа;
- 3) брак с лицом низшего социального положения;
- 4) клеветническое, порочащее кого-либо измышление;
- 5) агрессивное вмешательство государства во внутренние дела какой-либо страны.

**7. Определите характер речевой ошибки в данном ниже предложении: «В течение февраля в Подмосковье продолжительность суток возрастет на 2 часа».**

- 1) употребление слова без учета его семантики;
- 2) алогизм;
- 3) искажение смысла;
- 4) подмена понятия;
- 5) неоправданное расширение или сужение понятия.

**8. Определите тип речевой ошибки в предложении «Сегодня у нас в гостях гость из Москвы»**

- 1) плеоназм;
- 2) пароним;
- 3) тавтология;
- 4) повторение слов;
- 5) нарушение лексической сочетаемости.

**9. В каком предложении нет стилистических недочетов, возникших в результате неоправданного употребления антонимов:**

- 1) Если больной принимает препарат, сила заболевания бывает намного легче.
- 2) В этом году у нас значительно меньшее увеличение числа больных.
- 3) Журнал «Здоровье» – прекрасный помощник в жизни и смерти.
- 4) Любовь и ненависть, отвага и трусость, жизнь и смерть... Об этом лента, которую снимает Тодоровский.
- 5) Артист передает хореографическими средствами контраст между обликом и внутренней красотой Квазимодо.

**10. Выберите слово, которое, по вашему мнению, употребил писатель на месте скобок: «Говорят, всякий воспитатель [...] сделать из своего питомца свое подобие».**

- 1) желает;
- 2) стремится;
- 3) хочет;
- 4) пытается;
- 5) норовит.



