

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Дагестанский государственный педагогический
университет»
Факультет иностранных языков
Кафедра английского языка



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МОДУЛЬ Б1.В.ДВ.02
Б1.В.ДВ.02.02 ЯЗЫК РЕКЛАМЫ

Направление подготовки: 44.03.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль) подготовки: «Иностранный язык (английский)»
Квалификация: Бакалавр
Формы обучения: очная, заочная
Сроки обучения: очно – 4 года, заочно - 4 года 6 месяцев

Форма обучения	Трудовая нагрузка	Виды учебной работы					
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточный контроль	СРС	Форма аттестации
Очная	72		32			40	Зачет
Заочная	72		12		3	57	Зачет

Махачкала, 2022

Автор(ы) рабочей программы дисциплины : доцент, к.ф.н., Дибирова А.С.

Программа утверждена на заседаниях:

кафедры: английского языка (*протокол № 10 от «20» июня 2022 г.*)

Зав. кафедрой: Магамдаров Р.Ш., доцент « 20 » июня 2022 г. *Р.Ш. Магамдаров*

Учёного совета факультета иностранных языков (*протокол № 10 от « 23 » июня 2022 г.*)

Председатель Абдуразакова Д.М., профессор « 23 » июня 2022 г. *Д.М. Абдуразакова*

Учебно-методического совета ДГПУ (*протокол № 4 от «28» июня 2022 г.*)

Председатель УМС Дибиров И.А., профессор « 28 » июня 2022 г. *И.А. Дибиров*

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины **Б1.В.ДВ.02.02 «Язык рекламы»** является ознакомить студентов с основными идеями и направлениями в теории рекламного текста, а также с теми направлениями в лингвистике, которые предшествовали развитию данной дисциплины. Кроме того, одной из основных целей курса является ознакомление студентов с базовыми понятиями рекламного текста и основными оперативными единицами, выделяемыми в ходе анализа структуры рекламного текста.

Основные задачи курса:

- дать обзор эволюции научных парадигм и описать современный этап развития языкознания, установить специфику функционального направления в лингвистике и его отличие от традиционной лингвистики; место жанра рекламы в современной парадигме научного знания;
- рассмотреть различные подходы к определению понятия «рекламный текст», а также к типологии рекламных текстов; обосновать выделение различных видов текста рекламы;
- обосновать релевантность когнитивно-прагматического подхода к анализу структуры рекламного текста;
- выделить и определить основные единицы описания построения рекламного текста.

Обучение языку рекламы ведется с подготовительного этапа, идет освоение основных составляющих этого аспекта, чтобы в дальнейшем студенты могли читать газеты и журналы, слушать радиопередачи и смотреть телевизионные программы на английском языке. Программа распределена по нескольким тематическим разделам. Плановое ознакомление с каждым из предлагаемых тематических разделов способствует освоению языка средств массовой информации.

Каждый раздел предполагает изучение ключевой лексики, которая обеспечивает беспрепятственное погружение в тот или иной контекст средств массовой информации.

2. Место дисциплины (разделы) в структуре образовательной программы

Дисциплина **Б1.В.ДВ.02.02 «Язык рекламы»** относится к вариативной части модуля Б1.В.ДВ.02 учебного плана (основной профессиональной образовательной программы) подготовки бакалавров по направлению 44.03.01 Педагогическое образование, направленность (профиль) «Иностранный язык (английский)».

Дисциплина **Б1. В.ДВ.02.02 «Язык рекламы»** базируется на компетенциях, знаниях и умениях, сформированных в ходе изучения дисциплины «Иностранный язык», «Практическая фонетика», «Практическая грамматика», «Практика устной и письменной речи английского языка», «Межкультурная коммуникация», «Теоретическая грамматика», «Стилистика», «Теория и практика перевода»

Компетенции, сформированные в процессе изучения дисциплины, необходимы для выполнения заданий (учебной, производственной практик, научно-исследовательской работы и выпускной квалификационной работы).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-4, ПК-10

Формируемые компетенции		Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Код	Наименование компетенции	

Универсальные компетенции (УК)		
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного(ых) языка(ов), использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации. УК-4.2. Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения. УК-4.3. Осуществляет коммуникацию в цифровой среде для достижения профессиональных целей и эффективного взаимодействия.
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-10	Способен использовать систему лингвистических знаний, включающих в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей функционирования изучаемого иностранного языка, его функциональных разновидностей	ПК-10.1. Владеет системой лингвистических знаний для решения профессиональных задач ПК-10.2. Выделяет функциональные разновидности изучаемого языка и использует их в различных ситуациях общения, в том числе профессионального

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:

Код компетенции	Знает	Умеет	Владеет
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	культурно-исторические реалии, культуру речи и речевой этикет делового общения и академического дискурса, правила функционирования в русском литературном языке, родном языке и иностранном (ых) языке(ах)	умеет корректно применять языковые средства для достижения профессиональных целей на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения	владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного(ых) языка(ов)
ПК-10 - Способен использовать систему лингвистических знаний, включающих в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей функционирования изучаемого иностранного языка, его функциональных разновидностей	орфографические, лексические, грамматические, стилистические нормы языка понятийный аппарат в рамках в рамках межличностного и межкультурного общения.	выстраивать стратегию устного и письменного общения на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения.	монологической и диалогической речью в ситуациях официального и неофициального общения.

4. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕТ (72 часа). Дисциплина изучается в 8 семестре.

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Вид учебной работы	Трудоёмкость		
	час.	В т.ч. по семестрам	
		№ 8	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72	72	
1. Контактная работа:			
лекции (общее кол-во часов, включая практическую подготовку)			
практические занятия, семинары и пр. (общее кол-во часов, включая практическую подготовку)	32	32	
лабораторные занятия (общее кол-во часов / включая практическую подготовку)			
курсовое проектирование			
групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем			
2. Объем самостоятельной работы обучающихся (СРС)	40	40	
в том числе часов, выделенных на подготовку к экзамену (зачету)			
Вид промежуточного контроля:		зачёт	

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Вид учебной работы	Трудоёмкость		
	час.	В т.ч. по семестрам	
		№ 8	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72	72	
1. Контактная работа:			
лекции (общее кол-во часов, включая практическую подготовку)			
практические занятия, семинары и пр. (общее кол-во часов, включая практическую подготовку)	12	12	
лабораторные занятия (общее кол-во часов / включая практическую подготовку)			
курсовое проектирование			
групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем			
2. Объем самостоятельной работы обучающихся (СРС)	57	57	
в том числе часов, выделенных на подготовку к экзамену (зачету)	3	3	
Вид промежуточного контроля:		зачёт	

5.Содержание дисциплины (модуля) очная форма обучения

/п	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость в акад.часах	Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад.часах)			
			Лек/ пр.подг.	контроль	Пр/ пр.подг.	СР
8 семестр						
1	Текст рекламы как объект лингвистического исследования. Эффективность и структура рекламного текста.	11			5	6
2	Анализ оценочных средств в рекламном тексте.	9			5	4
3	Использование метода пресуппозиции в рекламном	11			5	6

	тексте.					
4	Требования к невербальным компонентам рекламы	11			5	6
5	Смысловая организация рекламного текста. Воздействие рекламных текстов.	11			5	6
6	Политическая реклама и ее виды. Методы внушения.	10			4	6
7	Различные виды коммуникативных ситуаций.	9			3	6
	Итого :	72			32	40

заочная форма обучения

/п	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость в акад. часах	Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад. часах)			
			Лек/ пр.подг.	контроль	Пр/ пр.подг.	СР
8 семестр						
1	Текст рекламы как объект лингвистического исследования. Эффективность и структура рекламного текста.				2	8
2	Анализ оценочных средств в рекламном тексте.				2	8
3	Использование метода пресуппозиции в рекламном тексте.				2	8
4	Требования к невербальным компонентам рекламы				2	8
5	Смысловая организация рекламного текста. Воздействие рекламных текстов.				2	8
6	Политическая реклама и ее виды. Методы внушения.				2	8
7	Различные виды коммуникативных ситуаций.					9
	Итого :	72		3	12	57

5.1. Содержание разделов дисциплины (модуля) и трудоёмкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Тема1. Текст рекламы как объект лингвистического исследования. Эффективность и структура рекламного текста.

Подходы к определению рекламы. Цели и задачи рекламной деятельности.

Функции рекламы. Воздействие рекламы на сознание индивида и массовое сознание.

Реклама как информационная модель и как средство коммуникации.

Тема 2. Анализ оценочных средств в рекламном тексте.

Принципы составления рекламных текстов. Структура рекламного текста: заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза, кода, слоган. Языковые особенности рекламных текстов. Художественные и риторические приемы в рекламе.

Тема 3. Использование метода пресуппозиции в рекламном тексте.

Классификации рекламы. Реклама коммерческая, социальная, политическая, товарная, имиджевая. Социальная реклама как современный способ воздействия на массы. Реклама товарной массы как инструмент продвижения к индивидуальному потребителю. Имиджевая реклама, ее цели, задачи, отличия от товарной рекламы.

Тема 4. Требования к невербальным компонентам рекламы

Взаимодействие текста, изображения, видеоряда и звука при передаче рекламного сообщения. Корреляция их воздействия: прагматический баланс. Требования к невербальным компонентам рекламы. Выбор шрифтов. Художественное оформление рекламных объявлений. Рекламный видео и радиоролик.

Тема 5. Смысловая организация рекламного текста. Воздействие рекламных текстов.

Виды рекламы и ее носители. Реклама в прессе. Печатная реклама. Радио- и телереклама. Выставки и ярмарки. Сувенирная реклама. Прямая почтовая реклама (директ-мейл). Наружная реклама. Интернет-реклама. Классификация рекламных средств и условия их применения. Критерии выбора рекламных средств.

Тема 6. Политическая реклама и ее виды. Методы внушения.

Формулы воздействия рекламы: AIDA, AIDMA и другие. Основы психологии поведения потребителя. Психологические аспекты восприятия цвета, звука, текста. Способы увеличения читаемости рекламных объявлений. Приемы воздействия на сознание и манипулирования сознанием.

Тема 7. НЛП в рекламе. Различные виды коммуникативных ситуаций.

Эффект и эффективность: значимость понятий для рекламной деятельности. Механизмы воздействия на социум и личность. Способы оценки эффективности рекламной кампании.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине составляет 40/57 часов.

Самостоятельная работа осуществляется в следующих формах:
-подготовка презентаций к устным экзаменационным темам;

-подготовка к текущим контрольным мероприятиям (контрольные работы, устный и письменный опрос, собеседования);

-выполнение заданий в интернет-ресурсе QUIZLET;

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы обучающихся
1	Текст рекламы как объект лингвистического исследования. Эффективность и структура рекламного текста.	1.Самостоятельное изучение вопросов раздела. 2.Функция информирования. Информация и воздействие. Научно-деловой стиль. 3 Проработка теории вопроса, выполнение практических заданий по уч. Galperin I.R. An Essay in Stylistic analysis. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка.- Одинцов В.В. Стилистика текста. - Ознакомление с материалом на сайте http://superlinguist.com
2	Анализ оценочных средств в рекламном тексте.	1.Самостоятельное изучение вопросов раздела. 2.Особенности английской рекламы 3.Композиционные и синтаксические особенности английского рекламного текста. Проработка теории вопроса, выполнение практических заданий по уч. Galperin I.R. An Essay in Stylistic analysis. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка.- Одинцов В.В. Стилистика текста. - Ознакомление с материалом на сайте http://superlinguist.com
3	Использование метода пресуппозиции в рекламном тексте.	1.Самостоятельное изучение вопросов раздела. 2. Использование метода пресуппозиции в рекламном тексте. 3.Жанры новостной информации. Ситуативно-аналитические жанры. Проработка теории вопроса, выполнение практических заданий по уч. Galperin I.R. An Essay in Stylistic analysis. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка.- Одинцов В.В. Стилистика текста. - Ознакомление с материалом на сайте http://superlinguist.com
4	Требования к невербальным компонентам рекламы	1.Самостоятельное изучение вопросов раздела 2. Требования к невербальным компонентам рекламы 3.Специфические особенности лексики, употребляемой в рекламных слоганах. Синтаксические особенности предложений в языке рекламы Проработка теории вопроса, выполнение практических заданий по уч. Galperin I.R. An Essay in Stylistic analysis. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка.- Одинцов В.В. Стилистика текста. - Ознакомление с материалом на сайте

		http://superlinguist.com
5	Смысловая организация рекламного текста. Воздействие рекламных текстов.	<p>1. Самостоятельное изучение вопросов раздела</p> <p>2. Основная функция рекламы и объявлений. История появления рекламы и объявлений в английской газете</p> <p>3. Два типа рекламы и объявлений в английской газете</p> <p>Проработка теории вопроса, выполнение практических заданий по уч.</p> <p>Galperin I.R. An Essay in Stylistic analysis. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка.-</p> <p>Одинцов В.В. Стилистика текста. -</p> <p>Ознакомление с материалом на сайте http://superlinguist.com</p>
6	Политическая реклама и ее виды. Методы внушения.	<p>1. Самостоятельное изучение вопросов раздела</p> <p>2. Политическая реклама и ее виды. в английской газете и его функция. Стилистические и синтаксические особенности текстов англоязычной рекламы</p> <p>3. Специфика употребления стилистических приемов в текстах англоязычной рекламы</p> <p>Проработка теории вопроса, выполнение практических заданий по уч.</p> <p>Galperin I.R. An Essay in Stylistic analysis. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка.-</p> <p>Одинцов В.В. Стилистика текста. -</p> <p>Ознакомление с материалом на сайте http://superlinguist.com</p>
7	Различные виды коммуникативных ситуаций.	<p>1. Самостоятельное изучение вопросов раздела</p> <p>2. Передовица и ее основная функция в английской газете. Главное функциональное отличие передовицы от рядовых статей в газете.</p> <p>3. Стилистические и синтаксические особенности редакторской статьи. Специфика употребления стилистических приемов в передовице.</p> <p>Проработка теории вопроса, выполнение практических заданий по уч.</p> <p>Galperin I.R. An Essay in Stylistic analysis. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка.-</p> <p>Одинцов В.В. Стилистика текста. -</p> <p>Ознакомление с материалом на сайте http://superlinguist.com</p>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

При проведении текущего и итогового контроля используются информационно-коммуникативные, «сквозные» технологии, Интернет-технологии, проблемные задачи, творческие задания, презентации результатов исследовательской деятельности, выполнение индивидуальных / групповых проектов в том числе онлайн.

7.1. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости
Указывается перечень компетенций в процессе освоения образовательной программы.

/п	Наименование темы дисциплины	Средства текущего контроля успеваемости	Перечень компетенций
1	Текст рекламы как объект лингвистического исследования. Эффективность и структура рекламного текста.	Тест Творческое задание Контрольная работа	УК-4,ПК-10
2	Анализ оценочных средств в рекламном тексте.	Тест Творческое задание Контрольная работа	УК-4,ПК-10
3	Использование метода пресуппозиции в рекламном тексте.	Тест Творческое задание Контрольная работа	УК-4,ПК-10
4	Требования к невербальным компонентам рекламы	Тест Творческое задание Контрольная работа	УК-4,ПК-10
5	Смысловая организация рекламного текста. Воздействие рекламных текстов.	Тест Творческое задание Контрольная работа	УК-4,ПК-10
6	Политическая реклама и ее виды. Методы внушения.	Тест Творческое задание Контрольная работа	УК-4,ПК-10
7	Различные виды коммуникативных ситуаций.	Тест Творческое задание Контрольная работа	УК-4,ПК-10

Название дисциплины модуля	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	Перечень компетенций
Язык рекламы	Тест Творческое задание	УК-4,ПК-10 УК-4,ПК-10

Примерный перечень заданий для текущего контроля

1. Подходы к определению рекламы.
2. Существенные характеристики рекламы.
3. Функции рекламы.
4. Роль рекламы в современном обществе.
5. Принципы рекламной деятельности.
6. Подходы к классификации рекламы.
7. Реклама в политической деятельности.
8. Социальная реклама как современный способ воздействия на массы.
9. Коммерческая (товарная) реклама.
10. Имиджевая реклама, ее цели, задачи, отличия от товарной рекламы.

Примерные тестовые задания**I. Spell out what the abbreviations below mean. (15 points)**

AIDA, AAAA, AIDCAS, AIDMA, ACCA.

II. Analyze the structure and name the kind of advertising slogan (5 points):

«When quality counts, there is no compromise», «Make luxury your style - stay at the Metropol», «It's a Sony», «Sharp minds, sharp products «Feel the same», «I'm lovin' it!»

III. Define the style of these advertising texts (5 points):

1. M' is for moments you'll never forget? For days marvelous with flowers and laughter. For nights magical with means and old promises. 'M' Fragrances by Henry C. Miner. It's Magic;

2. Earl Grey Tea Reminiscent of the warm nature Scents of a far-away summer evening With a tantalizing taste and delicately Scented in a secret way described by A Chinese mandarin many years ago.

IV. Who is the target reader of the following advertisement (5 points)?

“Inside this jar you'll find a radiantly glowing skin, naturally-blushed cheeks, wondrous eyes and color-kissed lips. Suddenly your skin has a radiant sun-kissed glow.”

V. What stylistic devices are used in the following advertisements (10 points):

1 «Now, all the luxury, all the length, all the care your lashes really need. Every stroke of the lash elongator Brush Lengthens lashes luxuriously».

2 «Know music. Know the beat»

3 «Funny when this time comes around, the kids want to stay around» (IBM).

4 Can we get dynamic Internet access? Can users navigate quickly, intuitively? Can we get secure access worldwide

5 «Try. You will know how a real tiger roar. Rrrrrrrr...».

6 Ford. Designed for living. Engineered to last.

7 Take Toshiba, Take the World.

8 Isn't it time for a real car?

9 The best part of wakin' up ... is Folgers in your cup.

10 Looks ugly. Tastes great.

The power of a laptop.

The functionality of a tablet.

VI. Why are the words given below the most popular in the English advertising texts (5 points)?

Now
It is here

Amazing
Improved

Suddenly
Revolutionary

Announcing
Just

Introducing
Arrived

SOME ITALIAN ART
IS APPRECIATED FOR
CENTURIES
SOME FOR MINUTES.



No need to revere our master chefs who have artfully combined the simple ingredients of tender Maine lobster, white shrimp and Inpatata Ricotta into a culinary masterpiece. Just devour our new Shrimp & Lobster Ravioli with Garlic Butter Sauce and look for more inspiration in your grocer's freezer. BUTONI.COM



THE ITALIAN ART OF FOOD

Butoni

www.WorldMags.net & www.Journal-Piazza.net

7.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

1. Семестр –7 ; форма аттестации – зачет.

Примерный перечень вопросов к зачету:

IX. Explain the meaning of the words and word combinations given below. (15 points)

chain break, handbill, hitchhike, housewife times, hype, fringe time, sandwich man, slogan, sleeper, promotion, prime-time, poster, pilot film, publicity, public relations, message, media unit, kit, media advertising, copyright, clip, booklet, brand, banner, advertisement, advertising, advertiser.

- a) **X. Read the advertisement (15points).**
- b) Make up at least five questions to the advertisement.
- c) Write a phrase or a statement identifying the issue of the ad.

WHY HAS A COUNTRY THIS SIZE 0 ATTRACTED 4 OF THE WORLD'S TOP 5 COMPUTER COMPANIES?

It might not stand out on a map, but Scotland has made a big impression on the world of business and commerce. Over 600 international companies - in sectors ranging from biotechnology and electronics to software and internationally traded services - are already benefiting from Scotland's skilled workforce, highly developed infrastructure and one of Europe's most cost competitive operating environments. "Locate in Scotland" provides a one stop service, offering expert advice and solutions to all prospective investors. If you would like to know how your business could benefit from expanding into Scotland, please contact us today.) After all, 4 out of 5 world class companies can't be wrong. Locate in Scotland

Примерные вопросы для определения уровня освоения программы

1. Каковы основные функции рекламы?
2. Какие основные языковые особенности рекламных текстов?
3. Какова роль рекламы в современном обществе?
4. Что входит в невербальные компоненты рекламы?
5. Каковы основные принципы составления рекламных текстов?
6. Что такое имиджевая реклама и чем она отличается от товарной?
7. Назовите основные формулы воздействия рекламы
8. Каким образом реклама может воздействовать на сознание?
9. Что такое уникальное торговое предложение?
10. Чем различаются имплицитные и эксплицитные способы выражения оценки в рекламе?

**ВОПРОСЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ДЛЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЗАЧЕТ**

1. Функциональный стиль. Классификация функциональных стилей
2. Понятие о тексте. Основные признаки текста.
3. Функционально-стилевая типология текстов: жанры речи и жанры текстов. Типы текстов.
4. Категории текста: содержательные и структурные.
5. Связность и цельность текста.
6. Текст как функционально-стилевая категория.
7. Модальность текста. Виды функционально-стилевой окрашенности. Стилистические ресурсы фонетики, лексики, фразеологии, словообразования, морфологии и синтаксиса современного литературного языка.
8. Проявление авторской индивидуальности в стиле текста.
9. Стиль как средство реализации конструктивной идеи произведения.
10. Функционально-стилистические разновидности литературного русского языка.
11. Публицистический стиль. Подстили и жанры публицистики. Характерные особенности публицистического стиля.
12. Системные характеристики публицистического стиля: фонетические, лексико-фразеологические, морфологические и синтаксические
13. Понятие о стилистической норме. Стилистическая норма как разновидность литературной нормы; специфика стилистической нормы.
14. Синонимические средства языка как ресурсы стилистики. Стилистические синонимы. Индивидуально-авторские синонимы.
15. Разговорная речь как функциональный стиль: системные характеристики
16. Научный стиль: системные характеристики
17. Официально-деловой стиль и его системные характеристики
18. Специфические особенности художественного стиля (языка художественной литературы)
19. Современные тенденции в развитии литературного русского языка и проявление их в публицистическом дискурсе.
20. Особенности жанров газетно-журнальной публицистики. Жанры новостной информации. Диалогические жанры. Ситуативно-аналитические жанры. Художественно-публицистические жанры. Сатирические жанры.
21. Основные тенденции в сфере языка подготовленных текстов теле- и радиовещания. Специфика языка ведущих теле-, радиопередачи в прямом эфире. Язык молодежных каналов.
22. Newspaperstyle.
23. The aim of newspaper style.
24. Brief news items.
25. Special political and economic terms.
26. Newspaper clichés.
27. Abbreviations.
28. Advertisements and announcements.

3. Перечень компетенций и индикаторов их достижения, описание критериев оценивания компетенций представляются в таблице

Код и наименование компетенции и для ОП ВО, индикаторы достижения компетенции (ИДК)	Уровни освоения компетенций			
	Продвинутый	Базовый	Пороговый	Не освоены компетенции
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительно»
ПК-10. Способен использовать	демонстрирует знание системы	демонстрирует знание системы	допускает ошибки, связанные с	допускает многочисленные

<p>систему лингвистических знаний, включающей в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей функционирования изучаемого иностранного языка, его функциональных разновидностей ПК-10.1. Владеет системой лингвистических знаний для решения профессиональных задач</p>	<p>лингвистических знаний, включающей в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей при проектировании конспекта урока</p>	<p>лингвистических знаний, включающей в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей при проектировании конспекта урока. Допускает ошибки. Возможна самокоррекция</p>	<p>системой основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей при моделировании конспекта урока</p>	<p>ошибки, связанные с системой основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей при моделировании конспекта урока. При реализации урока, внеурочного мероприятия многочисленные ошибки, связанные с отсутствием понимания системы лингвистических знаний. Логика нарушена</p>
	<p>демонстрирует умение проводить уроки и внеурочные мероприятия с учетом системы лингвистических знаний, включающей в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей</p>	<p>демонстрирует умение проводить уроки и внеурочные мероприятия с учетом системы лингвистических знаний, включающей в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений. При наличии ошибок возможна самокоррекция</p>	<p>в целом демонстрирует умение проводить уроки и внеурочные мероприятия с учетом системы лингвистических знаний, включающей в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений. Но допускает ошибки</p>	
	<p>владеет системой лингвистических знаний для структурного анализа УМК, уроков сокурсников, внеурочного мероприятия</p>	<p>владеет системой лингвистических знаний для структурного анализа УМК, уроков сокурсников, внеурочного мероприятия. Но некоторые структурные компоненты в анализе не представлены.</p>	<p>владеет базой в системе лингвистических знаний для структурного анализа УМК, уроков сокурсников, внеурочного мероприятия, но анализ представлен не полностью, допущен ряд существенных ошибок.</p>	
<p>УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного(ых) языка(ов), использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации. УК-4.2. Использует языковые средства</p>	<p>Сформированные, систематизированные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; отличное владение терминологическим аппаратом. Используются</p>	<p>Сформированные, систематизированные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; отличное владение терминологическим аппаратом.</p>	<p>Общие, но не структурированные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы. Почти не используются грамматические</p>	<p>Фрагментарные знания основных процессов изучаемой предметной области, ответ не отличается полнотой раскрытия темы. Грамматические конструкции не используются в соответствии с поставленной задачей. Большое</p>

для достижения профессиональных целей на русском, родном и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения. УК-4.3. Осуществляет коммуникацию в цифровой среде для достижения профессиональных целей и эффективного взаимодействия	разнообразные грамматические конструкции в соответствии с поставленной задачей. Грамматические ошибки отсутствуют. Коммуникативная задача решена в полном объеме.	Используются разнообразные грамматические конструкции в соответствии с поставленной задачей. Допускается одна - две негрубые грамматические ошибки (неточности), не препятствующие полноте решения коммуникативной задачи, в том числе, и для достижения профессиональных целей в цифровой среде.	конструкции в соответствии с поставленной задачей. Грамматические ошибки препятствуют решению коммуникативной задачи, в том числе, и для достижения профессиональных целей в цифровой среде. Допускается несколько (3-7) ошибок в содержании ответа.	количество грамматических ошибок препятствует решению коммуникативной задачи, в том числе, и для достижения профессиональных целей в цифровой среде.
---	---	--	--	--

Критерии и шкала оценивания устного ответа

Критерии	Оценка
<p>Дан полный, развернутый ответ на вопрос, продемонстрированы исчерпывающие знания в раскрытии темы (проблемы, вопроса).</p> <p>В ответе проявляется свободное оперирование терминами и понятиями, умение выделить и охарактеризовать существенные и второстепенные признаки рассматриваемых объектов (явлений, процессов, проблем), раскрыть причинно-следственные связи.</p> <p>Ответ логичен, доказателен, изложен на иностранном языке, демонстрирует авторскую позицию обучающегося.</p> <p>Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.</p>	Отлично (5 баллов)
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные признаки и причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен на иностранном языке.</p> <p>В ответе допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.</p>	Хорошо (4 балла)
<p>Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ.</p> <p>Логика и последовательность изложения имеют нарушения.</p> <p>Допущены существенные ошибки в раскрытии понятий и употреблении терминов.</p> <p>Студент не способен самостоятельно выделить существенные признаки и причинно-следственные связи; может продемонстрировать лишь фрагментарные знания по каждому из вопросов, проиллюстрировав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя.</p> <p>Речевое оформление требует поправок, коррекции.</p>	Удовлетворительно (3 балла)
<p>Не получен удовлетворительный ответ на вопрос.</p> <p>Проявлено незнание важнейших понятий, концепций, фактов.</p> <p>В ответе отсутствует логика.</p> <p>Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа на поставленный вопрос.</p>	Неудовлетворительно (0 баллов)

Критерии оценивания видов речевой деятельности

Вид работы	Критерии оценивания	Кол-во баллов (вклад в рейтинг)
Диктант	Обучающийся полностью понимает основное содержание, догадывается о	отлично

	значении незнакомых слов по контексту, умеет использовать информацию для решения поставленной задачи.	
	Обучающийся не полностью понимает основное содержание, но умеет выделить отдельную, значимую для себя информацию, догадывается о значении части незнакомых слов по контексту, умеет использовать информацию для решения поставленной задачи.	хорошо
	Обучающийся не полностью понимает основное содержание, не может выделить отдельные факты из текста, догадывается о значении 50% незнакомых слов по контексту, полученную информацию для решения поставленной задачи может использовать только при посторонней помощи.	удовлетворительно
	Обучающийся не понимает основное содержание, не может выделить отдельные факты из текста, не догадывается о значении незнакомых слов по контексту, полученную информацию для решения поставленной задачи может использовать только при посторонней помощи.	неудовлетворительно
Выполнение лексико-грамматической контрольной работы	Обучающийся использует лексику и грамматические структуры отлично, также использует сложные семантические структуры, не допускает грамматические ошибки.	отлично
	Обучающийся использует лексику и простые структуры правильно, допускает ошибки при использовании сложных семантических структуры, редко допускает грамматические ошибки.	хорошо
	Обучающийся использует лексику и простые структуры в основном правильно, допускает некоторые грамматические ошибки.	удовлетворительно
	Обучающийся не использует лексику и простые структуры правильно, допускает серьезные ошибки, препятствующие пониманию.	неудовлетворительно
Диалогическое высказывание (работа с диалогом в группе)	Задание полностью выполнено: цель общения достигнута, тема раскрыта в заданном объеме (все перечисленные в задании аспекты были раскрыты в высказывании). Социокультурные знания использованы в соответствии с ситуацией общения. Демонстрирует способность логично и связно вести беседу: начинает при необходимости, и поддерживает ее с соблюдением очередности при обмене репликами, проявляет инициативу при смене темы, восстанавливает беседу в случае сбоя. Используемый лексико-грамматический материал соответствует поставленной коммуникативной задаче. Обучающийся демонстрирует большой словарный запас и владение разнообразными грамматическими структурами. Допущены отдельные ошибки, которые не затрудняют понимание.	отлично
	Задание выполнено частично: цель общения достигнута, но тема раскрыта не в полном объеме. Социокультурные знания в основном использованы в соответствии с ситуацией общения. Обучающийся демонстрирует хорошие навыки и умения речевого взаимодействия с партнером: умеет начать, поддержать и закончить беседу; соблюдает очередность при обмене репликами. Используемый лексико-грамматический материал в целом соответствует поставленной коммуникативной задаче. Но учащийся делает многочисленные языковые ошибки или допускает языковые ошибки, затрудняющие понимание.	хорошо
	Задание выполнено частично: цель общения достигнута не полностью, тема раскрыта в ограниченном объеме. Социокультурные знания мало использованы в соответствии с ситуацией общения. Демонстрирует неспособность логично и связно вести беседу: не начинает и не стремится поддерживать ее, не проявляет инициативы при смене темы, передает наиболее общие идеи в ограниченном контексте; в значительной степени зависит от помощи со стороны собеседника. Демонстрирует ограниченный словарный запас, в некоторых случаях недостаточный для выполнения поставленной задачи. Делает многочисленные ошибки или допускает ошибки, затрудняющие понимание.	удовлетворительно
	Задание не выполнено: цель общения не достигнута, тема раскрыта в объеме меньше 50%. Социокультурные знания не использованы в соответствии с ситуацией общения. Демонстрирует неспособность логично и связно вести беседу: не начинает и не стремится поддерживать ее, не проявляет инициативы при смене темы, зависит от помощи со стороны собеседника. Демонстрирует ограниченный словарный запас, недостаточный для выполнения поставленной задачи. Делает многочисленные ошибки или допускает ошибки, затрудняющие понимание.	неудовлетворительно

Подготовка монолога и выступления, презентации по теме, доклад	Задание полностью выполнено: тема раскрыта в заданном объеме (все перечисленные в задании аспекты были раскрыты в высказывании). Социокультурные знания использованы в соответствии с ситуацией. Используемый лексико-грамматический материал соответствует поставленной коммуникативной задаче. Обучающийся демонстрирует большой словарный запас и владение разнообразными грамматическими структурами. Допущены отдельные ошибки, которые не затрудняют понимание. Логичность высказывания соблюдена: вступление, основная информация, заключение. Средства логической связи адекватны поставленной задаче и разнообразны.	отлично
	Задание выполнено частично: тема раскрыта не в полном объеме. Социокультурные знания в основном использованы в соответствии с ситуацией. Используемый лексико-грамматический материал в целом соответствует поставленной коммуникативной задаче. Но обучающийся делает языковые ошибки или допускает языковые ошибки, затрудняющие понимание. Логичность высказывания вполне соблюдена: вступление, основная информация, заключение. Средства логической связи адекватны поставленной задаче, но однообразны.	хорошо
	Задание выполнено частично: тема раскрыта в ограниченном объеме, социокультурные знания мало использованы. Демонстрирует ограниченный словарный запас, в некоторых случаях недостаточный для выполнения поставленной задачи. Логичность высказывания не вполне соблюдена: вступление, основная информация, заключение. Средства логической связи неадекватны поставленной задаче и однообразны.	удовлетворительно
	Задание не выполнено: цель общения не достигнута, тема раскрыта в объеме меньше 50%. Социокультурные знания не использованы в соответствии с ситуацией общения. Демонстрирует неспособность логично и связно вести беседу: не начинает и не стремится поддерживать ее, не проявляет инициативы при смене темы, зависит от помощи со стороны собеседника. Демонстрирует ограниченный словарный запас, недостаточный для выполнения поставленной задачи. Делает многочисленные ошибки или допускает ошибки, затрудняющие понимание.	неудовлетворительно
Творческое письменное задание	Задание выполнено полностью: содержание отражает все аспекты, указанные в задании; стилевое оформление речи выбрано правильно с учетом цели высказывания и адресата; соблюдены принятые в языке нормы вежливости. Высказывание логично: средства логической связи использованы правильно; текст разделен на абзацы; оформление текста соответствует нормам, принятым в стране изучаемого языка. Используемый словарный запас соответствует поставленной задаче; практически нет нарушений в использовании лексики. Практически отсутствуют ошибки. Высказывание логично; средства логической связи использованы правильно; Используемые лексические и грамматические структуры соответствуют поставленной коммуникативной задаче. Лексические, грамматические и орфографические ошибки отсутствуют.	отлично
	Задание выполнено: некоторые аспекты, указанные в задании раскрыты не полностью; имеются отдельные нарушения стилевого оформления речи; в основном соблюдены принятые в языке нормы вежливости. Высказывание в основном логично; имеются отдельные недостатки при использовании средств логической связи; имеются отдельные недостатки при делении текста на абзацы; имеются отдельные нарушения в оформлении текста. Используемый словарный запас соответствует поставленной задаче, однако встречаются отдельные неточности в употреблении слов, либо словарный запас ограничен, но лексика использована правильно. Имеется ряд грамматических ошибок, не затрудняющих понимание текста. Орфографические ошибки практически отсутствуют. Текст разделен на предложения с правильным пунктуационным оформлением.	хорошо
	Задание выполнено не полностью: содержание отражает не все аспекты, указанные в задании; нарушение стилевого оформления речи встречаются достаточно часто; в основном не соблюдены принятые в языке нормы вежливости. Высказывание не всегда логично; имеются многочисленные ошибки в использовании средств логической связи, их выбор ограничен; деление текста на абзацы отсутствует; имеются многочисленные ошибки в оформлении текста. Использован неоправданно ограниченный словарный	удовлетворительно

	запас; часто встречаются нарушения в использовании лексики, некоторые из них могут затруднять понимание текста. Либо часто встречаются ошибки элементарного уровня, либо ошибки немногочисленны, но затрудняют понимание текста. Имеется ряд орфографических и/или пунктуационных ошибок, которые не значительно затрудняют понимание текста.	
	Задание не выполнено: содержание не отражает все аспекты, указанные в задании; нарушение стилового оформления речи встречаются часто; не соблюдены принятые в языке нормы вежливости. Высказывание не логично; имеются многочисленные ошибки в использовании средств логической связи, их выбор ограничен; деление текста на абзацы отсутствует; имеются многочисленные ошибки в оформлении текста. Использован неоправданно ограниченный словарный запас; часто встречаются нарушения в использовании лексики, некоторые из них могут затруднять понимание текста. Имеется ряд орфографических и/или пунктуационных ошибок, которые затрудняют понимание текста.	неудовлетворительно

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Перечень основной учебной литературы

1. Заеко О.В. Английский язык в рекламе. Уровни Preintermediate, Intermediate [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О.В. Заеко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2016. — 49 с. — 978-5-906822-73-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74689.html>
2. Бовэ К., Аренс У. Современная реклама / К.Бовэ, У.Аренс. – М.: Довгань, 2015.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. *Его мифы и структуры* / Ж.Бодрийяр. – М.: Культурная революция, 2016.
4. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public relations. Программы-консультанты / И.Л.Викентьев. – М.: Бизнес-пресса, 2013.
5. Геращенко Л.Л. Мифология рекламы / Л.Л.Геращенко. – М.: Диаграмма, 2013

8.2. Перечень дополнительной учебной литературы

1. Джоунс Дж. Ф. Рекламный бизнес. Деятельность рекламных агентств, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации, Вильямс, 2005
2. Дрю Ж.-Ж. Ломая стереотипы / Ж.-Ж.Дрю. – СПб.: Питер, 2013.
3. Паккард В. Психоанализ в рекламе / В.Паккарди // Психология и психоанализ рекламы: Личностно-ориентированный подход. – Самара: БАХРАХ-М, 2014.
4. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы: Учебник для вузов Изд. 8-е, перераб., доп. ИТК Дашков и К, 2015

8.3. Перечень Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Наименование электронно-библиотечных систем:

- 1 ЭБС IPRbooks;
- 2 Сетевая электронная библиотека. ЭБС «Лань»;
- 3 База данных издательства «Elsevier»;
- 4 База данных издательства «Springer»;
- 5 Национальная электронная библиотека (НЭБ)

8.4. Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходимо использование следующего лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы Windows 7, 10.

MS Office 2007/2010.

Архиваторы: WinRar, WinZip

Антивирусные средства: Kaspersky

Программы для работы с изображением: Acrobat Reader

Программы для работы с Internet и электронной почтой: Opera, Microsoft Internet Explorer, Google chrome, Mozilla FireFox

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине имеется следующая материально-техническая база:

1. Специально оборудованная мультимедийными демонстрационными комплексами лекционная аудитория (ауд.203);

2. Аудитория № 210 для проведения занятий семинарского типа (1 компьютер, 1 ноутбук, 1 проектор);

3. 1 Лингафонный кабинет (ауд.107);

4.1 компьютерный класс с выходом в Интернет (ауд. 511);

Оснащенность лабораторных помещений и условия работы в них обучающихся соответствуют требованиям техники безопасности.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Приступая к изучению дисциплины, обучающимся целесообразно ознакомиться с ее рабочей программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке университета, а также с предлагаемым перечнем заданий.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом важно учитывать рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Важно также опираться на конспекты лекций. В ходе занятия важно внимательно слушать выступления своих однокурсников. При необходимости задавать им уточняющие вопросы, активно участвовать в обсуждении изучаемых вопросов. В ходе своего выступления целесообразно использовать как технические средства обучения, так и традиционные, то есть доску и мел (при необходимости).

Организация внеаудиторной деятельности обучающихся

Внеаудиторная деятельность обучающегося по данной дисциплине предполагает самостоятельный поиск информации, необходимой, во-первых, для выполнения заданий самостоятельной работы (инвариантной и вариативной частей) и, во-вторых, подготовку к текущей и промежуточной аттестации. Успешная организация времени по усвоению данной дисциплины во многом зависит от наличия у обучающегося умения самоорганизовать себя и своё время для выполнения предложенных домашних заданий.

Подготовка к зачету (экзамену)

В процессе подготовки к зачету обучающемуся рекомендуется так организовать свою учебу, чтобы все виды работ и заданий, предусмотренные рабочей программой, были

выполнены в срок. Основное в подготовке к зачету - это повторение всего материала учебной дисциплины. В дни подготовки к зачету необходимо избегать чрезмерной перегрузки умственной работой, чередуя труд и отдых. При подготовке к сдаче зачета старайтесь весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнения работы. Лучше, если можно перевыполнить план. Тогда всегда будет резерв времени. При подготовке к зачету целесообразно повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, заданий, которые выносятся на зачет и содержащихся в данной программе.

11. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких студентов, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебной дисциплины обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебной дисциплине обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по дисциплине обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих.

Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля):

Б1.В.ДВ.02.02 «Язык рекламы»

1. Цель освоения дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Язык рекламы» является ознакомление студентов с языковыми особенностями публицистических текстов различной тематики, а также развитие навыков реферирования статей из англоязычных газет и журналов

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина **Б1.В.ДВ.02.02 «Язык рекламы»** относится к вариативной части модуля Б1.В.ДВ.02 учебного плана (основной профессиональной образовательной программы) подготовки бакалавров по направлению 44.03.01 Педагогическое образование, направленность (профиль) «Иностранный язык (английский).

3. Требования к результатам освоения дисциплины(модуля):

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-4, ПК-10.

4.Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

5. Семестр: 8.

6.Основные разделы дисциплины (модуля)

1. Текст рекламы как объект лингвистического исследования. Эффективность и структура рекламного текста.
2. Анализ оценочных средств в рекламном тексте.
3. Использование метода пресуппозиции в рекламном тексте.
4. Требования к невербальным компонентам рекламы
5. Смысловая организация рекламного текста. Воздействие рекламных текстов.
6. Политическая реклама и ее виды. Методы внушения.
7. Различные виды коммуникативных ситуаций.

7. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации: зачет

8. Авторы: Дибирова А.С., к.ф.н., доцент.