

**ГОУ ВПО РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ)
УНИВЕРСИТЕТ**

Составлен в соответствии с
государственными требованиями к
минимуму содержания и уровню
подготовки выпускников по
направлению _____ и
Положением «Об УМКД РАУ».



Институт: Институт медиа, рекламы и кино

Кафедра: Креативных индустрий
Название кафедры

Автор(ы): Абрамян Н. Л., к.ф.н.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

Дисциплина: Б1.В.ДВ.04.01 «Язык и стиль рекламного текста»
*Код и название дисциплины согласно
учебному плану*

Для БАКАЛАВРИАТА:

Направление: 420301 реклама
Название направления

ЕРЕВАН

Структура и содержание УМКД

1. Аннотация

1.1. Выписка из ФГОС ВПО РФ по минимальным требованиям к дисциплине Взаимосвязь дисциплины с другими дисциплинами учебного плана специальности (направления): программа предполагает полное и глубокое овладение блоком рекламоведческих дисциплин, курсами по русскому языку, «Основы творческой деятельности». С другой стороны, знания, умения и навыки, полученные в результате освоения дисциплины, послужат основой для выработки навыков составления рекламного и PR-текста, редактирования соответствующих текстов, а также спецкурсов по углублённому изучению рекламы.

1.2. Требования к исходным уровням знаний, умений и навыков студентов для прохождения дисциплины (что должен знать, уметь и владеть студент для прохождения данной дисциплины): свободное владение современным русским литературным языком и его стилевыми вариантами, представление о функциональном предназначении рекламного текста, тенденциях его развития и инструментах его анализа и совершенствования.

2. Предварительное условие для прохождения (дисциплина(ы), изучение которых является необходимой базой для освоения данной дисциплины):

3. Содержание

3.1. Цели и задачи дисциплины

Требования к уровню освоения содержания дисциплины (какие компетенции (знания, умения и навыки) должны быть сформированы у студента ПОСЛЕ прохождения данной дисциплины): цель освоения учебной дисциплины – выработать у студентов знания и навыки, позволяющие анализировать и создавать современный рекламный текст, хорошо представлять новые процессы в современной рекламе и PR - с одной стороны, обновление технических средств, с другой – понимание функции PR-текста, в частности, в электоральных явлениях.

3.2. Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы (в академических часах и кредитах)

3.2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Всего, в акад. часах
1. Общая трудоемкость изучения дисциплины по семестрам, в т. ч.:	72
1.1. Аудиторные занятия, в т. ч.:	36
1.1.1. Лекции	
1.1.2. Практические занятия, в т. ч.	36
1.1.2.1. Обсуждение прикладных проектов	
1.1.2.2. Кейсы	
1.1.2.3. Деловые игры, тренинги	
1.1.2.4. Контрольные работы	
1.1.2.5. Другое (указать)	
1.1.3. Семинары	
1.1.4. Лабораторные работы	
1.1.5. Другие виды (указать)	
1.2. Самостоятельная работа, в т. ч.:	
1.2.1. Подготовка к экзаменам	
1.2.2. Другие виды самостоятельной работы, в т.ч. (указать)	
1.2.2.1. Письменные домашние задания	36
1.2.2.2. Курсовые работы	
1.2.2.3. Эссе и рефераты	

1.2.2.4. Другое (указать)	
1.3. Консультации	
1.4. Другие методы и формы занятий	
Итоговый контроль (экзамен, зачет, диф. зачет - указать)	Диф. зачёт

2.3.2. Распределение объема дисциплины по темам и видам учебной работы

Разделы и темы дисциплины	Всего (ак. часов)	Лекции (ак. часов)	Практ. занятия (ак. часов)	Семинары (ак. часов)	Лабор. (ак. часов)	Другие виды занятий (ак. часов)
1	36	12	6			
Раздел 1. (название раздела) Система стилей современного русского языка. Отношения между стилями и язык рекламы.	18	8				
Тема 1. (название темы) Стили современного русского языка как предмет изучения. Категориальный аппарат стилистики.		4				
Тема 2. (название темы) Разговорный стиль и его влияние как основная тенденция развития стилевой системы.		1,5	0,5			
Тема 3. (название темы). Административно-деловой стиль и т.н. канцелярит.		2	1			
Тема 4. (название темы). Научный стиль, его сфера применения и «научообразность».		2	1			

Тема 5. (название темы). Стиль художественной литературы и его воздействие.		2	1			
Тема 6. (название темы). Публицистический стиль и место языка рекламы: общее и различное.		2	1			
<u>Раздел 2. Особенности языка рекламы.</u>	18					
Тема 1. (название темы). Феномен рекламы и её связи с различными сферами жизни общества – экономика, социальная психология.		2				
Тема 2. (название темы). Поликодовость языка рекламы.		1	1			Составление самостоятельных текстов.
Тема 3. Интертекстуальность в языке рекламы.		1	1			Составление самостоятельных текстов.

Тема 4. Риторические аспекты рекламы (убеждение).		4	2			Составление самостоятельных текстов.
Тема 4. Язык PR, его типы и особенности.		2	1			
Тема 5. Редактирование рекламы. Вопросы культуры речи и стилистики.		1	2			

5. Теоретический блок

5.1. Материалы по теоретической части курса

5.1.1. Учебник(и)

Учебное(ые) пособие(я)¹

1. Современный медиатекст (ответ. ред. Н.А. Кузьмина). – Омск, 2011. – 414 с.

2. Г.Я. Солганик. Стилистика текста. - М., 2006.