Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 19.06.2024 10:58:16
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	**Семиотика современного медиадискурса**
Содержание дисциплины	Понятие о семиотике и ее составляющих – текстах, знаках. Уровни восприятия семиотического текста и его интерпретация Знаки, их сущность и свойства. Структура и классификация знаков. Три измерения семиотического текста. Коммуникативные отношения в системе «рекламный эстетический объект – реципиент». Семиотический анализ рекламного сообщения. Комплексный анализ рекламного сообщения. Реклама как креолизованный текст.
Результаты освоения дисциплины	Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере.
Трудоемкость, з.е.	4 з.е.
Формы отчетности	Экзамен в 4 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 488 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02089-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159 2. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата : [для студентов вузов, обучающихся по гуманит. напр. и специальностям] / под ред.: Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. – Москва : Юрайт, 2018. – 194 с. : портр. – (Бакалавр. Академический курс). – Гриф: Рек. УМО. – Библиогр.: с. 191-193 и в подстроч. примеч.
Дополнительная литература	1. Маркина, К. Н. Семиотика рекламы [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс дисциплины : Направление подготовки 031600.62 «Реклама и связи с общественностью» : квалификация выпускника – Бакалавр : учебное электронное издание / К. Н. Маркина ; Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов». – СПб. : СПбГУП, 2013. – 1 электрон.опт. диск (CD-ROM). 2. Ежова, Е.Н. Лингвистика рекламного текста / Е.Н. Ежова ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь : СКФУ, 2018. – 211 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562842 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9296-0937-4.