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:
d72783635b7f7c872c79a746c849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	**Лингвистика рекламных и PR-текстов**
Содержание дисциплины (модуля)	Понятие речевой коммуникации. Основные принципы речевой коммуникации. Текст как объект и предмет анализа. Основные понятия теории текста Рекламный текст и PR текст как объекты языкового исследования Структура рекламного текста Фонетико-интонационный потенциал рекламного и PR текстов. Основные понятия фонетики Фонетико-интонационный потенциал рекламного и PR текстов. Классификация гласных и согласных звуков Фонетико-интонационный потенциал рекламного и PR текстов. Русское ударение Фоносемантика и ее прикладное использование в рекламе Основные принципы русской графики. Графика рекламного текста. Лексика как ресурс рекламного и PR текстов Лексический потенциал рекламного и PR текстов. Слово как основная номинативная единица языка Лексический потенциал рекламного и PR текстов. Лексико-семантическая парадигматика Лексический потенциал рекламного и PR текстов. Историческое формирование лексики русского языка Лексический потенциал рекламного и PR текстов. Функционально-социальная характеристика лексики русского языка Лексический потенциал рекламного и PR текстов. Стилистическая характеристика лексики русского языка Фразеологический потенциал рекламного и PR текстов. Фразеологизм как косвенно-номинативная экспрессивная единица языка Фразеологический потенциал рекламного и PR текстов. Фразеолого-семантическая характеристика фразеологизмов Языковая игра в рекламном тексте. Морфемико-морфологический потенциал рекламного и PR текстов. Морфемика как раздел науки о языке Словообразование и его потенциал в создании рекламного текста Морфологический потенциал рекламного текста Морфологический потенциал рекламного текста. Имя существительное Морфологический потенциал рекламного текста. Имя прилагательное Морфологический потенциал рекламного текста. Числительное и Местоимение. Морфологический потенциал рекламного текста. Глагол Морфологический потенциал рекламного текста. Наречие и категория Состояния. Морфологический потенциал рекламного текста. Неизменяемые части речи. Синтаксис как раздел науки о языке. Синтаксический потенциал рекламного и PR текстов Синтаксический потенциал рекламного и PR текстов. Словосочетание в рекламном тексте

	Синтаксический потенциал рекламного и PR текстов. Предложение Простое предложение в рекламном тексте Сложное предложение в рекламном тексте Синтаксический потенциал рекламного и PR текстов. Основные формы синтаксической организации текста Синтаксический потенциал рекламного и PR текстов. Способы передачи чужой речи Пунктуация в рекламного и PR текстах Комплексный анализ рекламного текста
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Применяет современные компьютерные технологии, в том числе на иностранных языках с опорой на анализ и специфику разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия. Применяет современные компьютерные технологии, в том числе на иностранных языках с опорой на анализ и специфику разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия. Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта.
Трудоемкость, з.е.	14 з.е.
Формы отчетности	Экзамен во 2-5 семестрах
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	Стернин, И.А. Основы речевого воздействия : учебное пособие / И.А. Стернин. - 3-е изд., стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015 - 289 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5732-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375253 2 Филиппова,О.А. воздействию : учебное пособие / О.А. Филиппова. - 3-е изд., стер.- Москва : Издательство «Флинта», 2017 - 143 с. - Библиогр. в кн.- ISBN 978-5-9765-1230-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114481 3 Суворова, Н.Н. Языковые и структурные особенности текста в рекламе : практикум для студентов специальности «Реклама и связи с общественностью» / Н.Н. Суворова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017 - 80 с. - ISBN 978-5-4475-9178-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460213
Дополнительная литература	Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст [Электронный ресурс]: основы редактирования. Учебное пособие для студентов вузов/ Иншакова Н.Г.— Электрон.текстовые данные.— М.: Аспект Пресс,2014.—256с.— Режим http://www.iprbookshop.ru/21069.— ЭБС «IPRbooks» Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов / Е.Н. Сердобинцева. - М. : Флинта, 2010 - 81 с. - ISBN 978-5-9765-0910-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575 Кобякова, Т.И. Стилистика русского языка и культура речи (сфера профессиональной коммуникации) : учебное пособие / Т.И. Кобякова ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное

	государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимский государственный университет экономики и сервиса». - Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013 - 204 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-88469-580-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272456 Гришко, Н.Д. Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы / Н.Д. Гришко. - Москва : Лаборатория книги, 2012 - 141 с. - ISBN 978-5-504-00484-6 ;Тоже [Электронный ресурс]. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142345

.