

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 27.05.2026 15:04:09
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алёна Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Лингвистика рекламы

Направление подготовки	42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR и реклама в системе новых медиа»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	1

Разработано
доцент департамента
медиакоммуникаций высшей
школы креативных
индустрий, кандидат
филологических наук
Берёза Ирина Васильевна

1. Цель и задачи освоения дисциплины.

Цель дисциплины «Лингвистика рекламы» – формирование у магистрантов общекультурных и профессиональных компетенций, теоретических знаний и практических навыков в области стилистики русского языка с учетом профессиональных задач, стоящих перед современными специалистами по рекламе и связям с общественностью.

Задачи освоения дисциплины «Лингвистика рекламы»:

- повышение лингвистической культуры магистрантов путем выработки навыков лингвистического анализа медийно-рекламного текста, отбора языковых средств и их стилистической дифференциации при создании медийно-рекламного текста,
- формирование умения сознательного и целесообразного использования синонимических и вариантных форм при разработке медийно-рекламного текста,
- выявление специфических характеристик текстов современной медийной рекламы.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Лингвистика рекламы» относится к факультативным дисциплинам. Данная дисциплина изучается в 1 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ИД-1 ПК-1. использует теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью.	Знает теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью.
	ИД-2 ПК-1. способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	Способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.
	ИД-3 ПК-1. обладает навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	Владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.

4 Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е., 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0/0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/0

Самостоятельная работа	72
Формы контроля	
Экзамен	-
Зачет	+
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	нет

* Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом)

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

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемы е компетенции, индикаторы	очная форма				Формы текущего контроля успеваем ости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
3 семестр							
1	Структурная организация рекламного текста 1. Структурные принципы моделирования медийно-рекламного текста. 2. Организация фонетического слоя медийно-рекламного текста. 3. Организация лексического слоя медийно-рекламного текста. 4. Организация грамматического слоя медийно-рекламного текста.	ПК-1	2	2		8	Собеседова ние
2	Семантическая организация рекламного текста 1. Семиотические основания и семиозис рекламы. Типы знаков в рекламе (иконические знаки, индексальные знаки, символы). 2. Роль символов и архетипов как культурных знаков в рекламном тексте. Функция нейминга в рекламе.	ПК-1	2	2		8	Собеседова ние

3	Когнитивный подход к исследованию рекламного текста 1. Медийно-рекламный текст как субстанциональная основа медиа-рекламной картины мира. 2. Феноменологическая сущность медийно-рекламного мышления. 3. Базовые концепты отечественной рекламы	ПК-1	2	2	8	Собеседование
4	Психолингвистический анализ медийно-рекламного текста 1. Суггестивный регистр медийно-рекламной коммуникации. Способы речевого воздействия в рекламе. Языковое манипулирование. 2. Моделирование макрофрейма образа жизни субъекта в рекламе как механизм воздействия на целевую аудиторию. 3. Психолингвистические основы восприятия различных типов медийно-рекламного текста: аудиального, аудиовизуального, визуального.	ПК-1	2	2	8	Собеседование
5	Коммуникативное измерение медийно-рекламного дискурса 1. Медийно-рекламный дискурс как статусно-ориентированный институциональный тип общения. 2. Речевые акты в организации рекламного текста. 3. Коммуникативные стратегии в рекламном дискурсе. Рациональная и эмоциональная аргументация в рекламе.	ПК-1	2	2	8	Собеседование
6	Жанровые и лингвостилистические особенности рекламы в печатных и электронных СМИ 1. Жанр как тип рекламы в единстве специфических свойств её формы и содержания, внутреннее подразделение во всех видах творчества. 2. Жанры и жанровые формы печатной рекламы. Лингвостилистические особенности печатной рекламы. 3. Основные виды наружной рекламы: вывеска, витрина, плакат. Щиты как модификация плаката. 4. Телереклама. Жанровые формы телерекламы. 5. Радиореклама. Жанровые формы радиорекламы. 6. Интернет-реклама. Баннер как опорная конфигурация интернет-	ПК-1	2	2	8	Собеседование

	рекламы. Многомерный синтез мультимедийных знаковых средств в интернет-рекламе.						
7	Лингвистические особенности различных типов рекламы: коммерческой, политической, государственной и социальной 1. Проблема классификации рекламных текстов по типу объекта рекламирования. 2. Коммерческая реклама. 3. Социальная реклама. 4. Государственная реклама. 5. Политическая реклама.	ПК-1	2	2		8	Собеседование
8	Методика работы копирайтера по созданию медийно-рекламного текста 1. Этапы разработки рекламной кампании: создание бренда, составление творческой платформы (на основе исследований характеристик товара конкурентов, потенциальных потребителей, состояния рынка), разработка концепции, вербальное воплощение рекламной идеи. 2. Работа над вербальным текстом рекламы. Работа над заголовком, слоганом, основным текстом.	ПК-1	2	2		8	Собеседование
9	Реклама в системе медийных массовых коммуникаций Специфические признаки рекламной коммуникации. Каналы рекламной коммуникации.	ПК-1	2	2		8	Собеседование
Итого за 1 семестр:			18	18	0	72	
Итого:			18	18	0	72	

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Лингвистика рекламы базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля). ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины (модуля).

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Ежова, Е. Н. Лингвистика рекламного текста : монография / Е. Н. Ежова ; Сев.-Кав. федер. ун-т. – Ставрополь : СКФУ, 2018. – 211 с. – Библиогр.: с. 192-210. – ISBN 978-5-9296-0937-4

2. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева. - 3-е изд., стер. - Москва : Издательство «Флинта», 2016. - 297 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-1112-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83209>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов / Е.Н. Сердобинцева. – 4-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2016. – 161 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>

2. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов / Н.Б. Руженцева. – 2-е изд. стереотип. – Москва : Издательство «Флинта», 2016. – 181 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470>

3. Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса / Э.В. Булатова. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. – 264 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310>

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения:

1. Ежова Е.Н., Чернов Н.С. Лингвистика рекламного текста: методические рекомендации по проведению практических занятий. – Ставрополь: СКФУ, 2026.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др) [Электронный ресурс]. Режим доступа :<http://www.tvigle.ru>.

2. Архив телевизионной рекламы [Электронный ресурс]. Режим доступа :<http://www.telead.ru>.

3. Видеохостинг (видеоархив, интернет-телевидение) [Электронный ресурс]. Режим доступа :<http://www.intv.ru>.

4. Видеохостинг креативной рекламы [Электронный ресурс]. Режим доступа :<http://www.Adme.ru>.

5. Каталог историй появления знаменитых брендов со всего мира [Электронный ресурс]. Режим доступа :<http://www.BrandsInfo.ru>.

6. Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR [Электронный ресурс]. Режим доступа :<http://www.sostav.ru>.

7. Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций [Электронный ресурс]. Режим доступа :<http://www.StoryBrand.ru>.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

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

Лекционные занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиокolonки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Практические занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиокolonки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Самостоятельная работа	Ауд. 114, к.20 компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги

ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.