

ГОБПОУ «Усманский многопрофильный колледж»

УТВЕРЖДАЮ:
директор
ГОБ ПОУ Усманский
многопрофильный колледж

_____ Небогин А.В.

«_____» _____ 2016г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.08 СТИЛИСТИКА РУССКОГО ЯЗЫКА В РЕКЛАМНОМ
ОБРАЩЕНИИ

Специальность *42.02.01 Реклама*

Уровень подготовки *базовый*

2016г.

Рабочая программа учебной дисциплины **Стилистика русского языка** в рекламном обращении разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: **Государственное областное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Усманский многопрофильный колледж»**

Разработчик:
Глазкова Н.Е., преподаватель русского языка и литературы высшей квалификационной категории.

Рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании предметно-цикловой комиссии социально-гуманитарных дисциплин

(Протокол № _____ от « _____ » _____
2016 г.)

Председатель предметно- цикловой комиссии

Подпись (Барабанов А.А.)
ФИО

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 08 Стилистика русского языка в рекламном обращении

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: учебная дисциплина относится к профессиональному циклу программы подготовки специалистов среднего звена по направлению общепрофессиональные дисциплины.

Дисциплина является практико-ориентированной. В ходе освоения данной учебной дисциплины обучающийся должен обладать общими компетенциями, включающими ряд способностей, а также профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности. Компетентности, сформированные в результате освоения программы, необходимы при изучении профессиональных модулей. Темы, входящие в программу, могут осваиваться в составе МДК для совершенствования практических навыков и дальнейшего формирования общих и профессиональных компетентностей.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать разные аргументы и мотивы для успешного речевого воздействия;
 - классифицировать и анализировать стили текстов, ориентироваться в стилистике печатной рекламы;
 - целенаправленно использовать возможности русского языка для создания рекламного текста;
 - выбирать наиболее эффективную форму рекламного обращения в зависимости от цели рекламной кампании;
 - создавать целостное рекламное обращение для разных средств распространения рекламы.
- В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:
- основные понятия (терминологию) курса;
 - специфику этико-социального функционирования рекламного обращения;
 - языковые средства манипулирования в рекламе;
 - категории мотивов и виды аргументов в рекламном обращении;
 - стили литературного русского языка;
 - коммуникативные качества речи;
 - языковые средство выразительности и усиления образности текста рекламного обращения;
 - нормы русского языка в сфере рекламного обращения;
 - структуру и форму рекламного обращения;
 - специфику рекламного обращения для разных средств распространения рекламы.
- Вышеперечисленные, умения знания направлены на формирование у студентов следующих общих и профессиональных компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 186 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 124 часа;

самостоятельной работы обучающегося 62 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>186</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	<i>124</i>
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	<i>84</i>
контрольные работы	-
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	<i>62</i>
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины *Стилистика русского языка в рекламном обращении*

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Речевое воздействие в рекламном обращении.		29	
Тема 1.1. Введение. Предмет «Стилистика русского языка в рекламном обращении», его цели и задачи.	Содержание учебного материала	1	
	1 Обзор содержания курса, значение его изучения.		
	2 Рекламное обращение – основной инструмент достижения целей рекламы.		
	3 Междисциплинарные связи.		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся.	2	
Тема 1.2. Проблема речевого воздействия в рекламных текстах.	Содержание учебного материала	2	
	1 Речевое воздействие как лингвистическая проблема.		
	2 История развития теории речевого воздействия как науки. Прагмалингвистика.		
	3 Рекламный текст с точки зрения модели целенаправленного речевого воздействия.		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	3	
	Этико-социальный аспект речевого воздействия в рекламном обращении.	-	
	Контрольные работы	-	
Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 1.2.	2		
Тема 1.3. Языковое манипулирование в рекламе.	Содержание учебного материала	2	
	1 Понятие о языковом манипулировании.		
	2 Три основных направления языкового манипулирования: эмоции, социальные установки и картина мира.		

	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Сравнение – одно из средств языкового манипулирования.		
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 1.3.	3	
Тема 1.4. Категории мотивов в рекламном сообщении	Содержание учебного материала	1	
	1 Мотив и его роль в рекламе.		1
	2 Мотивы рекламного сообщения.		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: : выполнение домашнего задания по теме 1.4.	3	
Тема 1.5. Виды аргументов в рекламном обращении.	Содержание учебного материала.	1	
	1 Тезис и аргумент – элементы речевого воздействия в рекламе.		
	2 Классификация рекламных аргументов		2
	3 Приемы усиления рекламной аргументации.		
	Лабораторные работы.	-	
	Практические занятия	3	
	1 Аргументация в рекламных текстах – важнейшее средство речевого воздействия.		
	Контрольные работы	1	
Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 1.5.	3		
Раздел 2. Язык рекламного обращения.		79	
Тема 2.1. Функциональные стили русского языка	Содержание учебного материала.	2	
	1 Официально-деловой стиль.		

<i>ка.</i>	2	Разговорный стиль.		2	
	3	Научный стиль.			
	4	Публицистический стиль.			
	5	Стиль художественной литературы.			
		Лабораторные работы.			-
		Практические занятия.			
	1	Стилистический анализ текста.		4	
		Контрольные работы.		-	
		Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 2.1.		3	
	Тема 2.2. Книжная и разговорная речь.			Содержание учебного материала.	1
1		Условия функционирования книжной и разговорной речи, их особенности.			
2		Письменная и устная формы речи.			
		Лабораторные работы.	-		
		Практические занятия. Художественный и научный текст.	4		
		Контрольные работы.	-		
		Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 2.2.	3		
Тема 2.3. Коммуникативные качества речи.		Содержание учебного материала.	1		
	1	Точность речи.			
	2	Понятность речи.			
	3	Чистота речи.			
	4	Богатство и разнообразие.			
	5	Выразительность речи.			
		Лабораторные работы.		-	
	Практические занятия.				

	Особенности использования качеств речи.	4		
	Контрольные работы.	-		
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 2.3.	3		
Тема 2.4. <i>Жаргонизмы в рекламе.</i>		3		
	1	Общая характеристика жаргонной лексики		
	2	Классификация жаргонной лексики.		
	3	Приемы стилистического использования жаргона в литературном языке.		
	4	Общие особенности использования жаргонизмов в рекламном тексте.	2	
		Лабораторные работы.	-	
		Практические занятия.	5	
	1	Анализ использования сленга и жаргона в молодежных рекламных изданиях.		
		Контрольные работы.	-	
		Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 2.4	3	
Тема 2.5. <i>Лексика, морфология рекламного текста.</i>		2		
	1	Лексическая характеристика текста: актуальный словарь, неологизмы, заимствованные слова и профессионализмы.	2	
	2	Морфологическая характеристика текста.		
		Лабораторные работы.	-	
		Практические занятия.		
	1	Лексический и морфологический состав рекламного текста.	4	
	2	Фоносемантика рекламного текста.	3	
		Контрольные работы.	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 2.4	3		
Тема 2.6. <i>Синтаксис рекламного текста.</i>		2		
	1	Синтаксические характеристики рекламного текста.		
	2	Виды односоставных предложений и их роль в рекламном тексте.	2	

	Лабораторные работы.	-	
	Практические занятия.	4	
	1 Синтаксис рекламного текста.		
	Контрольные работы.	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 2.6	3	
Тема 2.7. Средства выразительности в рекламном тексте. Стихотворная форма рекламного текста.	Содержание учебного материала.	2	
	1 Риторические фигуры и тропы в рекламном обращении		
	2 Стихотворная и прозаическая форма рекламного текста.		2
	3 В.В.Маяковский и реклама.		
	Лабораторные работы.	-	
	Практические занятия.		
	1 Использование средств выразительности в современной рекламе.	4	
	2 Поэзия в рекламе.	4	
	Контрольные работы.	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 2.7.	3	
Тема 2.8. Нормативный аспект в языке рекламного обращения.	Содержание учебного материала	2	
	1 Лексические нормы.		
	2 Грамматические нормы		2
	3 Орфоэпические нормы.		
	4 Орфографические нормы.		
	Лабораторные работы.	-	
	Практические занятия.	6	
	1 Нормы русского языка: грамматические, орфоэпические, орфографические нормы.		
	Контрольные работы.	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 2.8	3	
Раздел 3. Структурно – семантическая организация рекламного обращения.		64	

Тема 3.1. Структура и содержание рекламного обращения.	Содержание учебного материала		2
	1	Определение целей рекламы.	
	2	Креатив в рекламе.	
	3	Поликодовые рекламные тексты.	
	4	Основные правила и этапы создания рекламного обращения.	
	5	Упрощенная структура рекламного обращения.	
	Лабораторные работы.		-
	Практические занятия. Структурные элементы рекламного обращения.		3
	Контрольные работы.		-
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 3.1.		3
Тема 3.2. Слоган и заголовки рекламного обращения.	Содержание учебного материала.		2
	1	Условия эффективности и качества слогана.	
	2	Виды слоганов.	
	3	Структура слоганов.	
	4	Функции и специфика заголовка рекламного сообщения.	
	Лабораторные работы.		-
	Практические занятия.		
	1	Анализ слоганов рекламных кампаний.	4
	2	Составление рекламного слогана.	2
	Контрольные работы.		-
Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 3.2.		3	
Тема 3.3. Основной текст рекламного обращения.	Содержание учебного материала.		2
	1	Функция основного рекламного текста	
	2	Виды рекламных текстов: информативный, увещательный и напоминающий.	

				2
		Лабораторные работы.	-	
		Практические занятия.		
	1	Структура основного рекламного текста: вступительную часть; информационный блок; справочные сведения; эхо-фраза.	2	
	2	Коммуникативные модели в рекламных текстах: «модель перевернутой пирамиды», параграфная реклама, повествовательная реклама, драматизированная реклама.	2 4	
	3	Конструирование основного текста рекламного объявления.		
		Контрольные работы.	-	
		Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 3.3.	3	
Тема 3.4. Форма рекламного обращения.		Содержание учебного материала.	2	
	1	Демонстрационная реклама.		
	2	Обучающая реклама.		
	3	Реклама в форме новостей.		2
	4	Реклама в форме противопоставления и др.		
		Лабораторные работы.	-	
		Практические занятия.	2	
	1	Форма рекламного обращения.		
		Контрольные работы.	-	
		Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 3.4	3	
Тема 3.5. Специфика рекламного обращения в разных средствах распространения рекламы.		Содержание учебного материала.	2	
	1	Реклама в прессе.		
	2	Печатная реклама.		
	3	Аудиовизуальная реклама.		

			2
	4	Радиореклама.	
	5	Телевизионная реклама.	
	6	Наружная реклама.	
		Лабораторные работы.	-
		Практические занятия.	3
	1	Печатная реклама.	
		Контрольные работы.	-
		Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашнего задания по теме 3.5. Подготовка к защите творческого проекта рекламного обращения	3
Тема 3.6 <i>Стилистика рекламы.</i>		Содержание учебного материала	2
	1.	Специфика стиля рекламы.	
	2.	Характеристика стилей рекламы.	
	3.	Основные вербальные составляющие рекламного текста.	
		Лабораторные работы.	
		Практические занятия Классификация слоганов. Классификация по цели рекламной кампании.	2
		Контрольные работы	
		Самостоятельная работа обучающихся	3
			3
Тема 3.7. <i>Виды заголовков.</i>		Содержание учебного материала	1
	1.	Составление основного рекламного текста.	
	2.	Содержание и форма подачи.	
		Лабораторные работы.	
		Практические занятия	
		Составление основного рекламного текста.	2
		Оценка товара перед его описанием.	2
		Контрольные работы	

	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 3.8. <i>Информирующие сообщения.</i>	Содержание учебного материала.	1	
	1 Типы информирующих сообщений.		2
	Лабораторные работы.		
	Практические занятия		
	Типы информирующих сообщений. Маркетинговая информация в рекламном тексте.	1	
	Имя бренда. Уникальное торговое предложение.	1	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Раздел 4. Интралингвистические особенности рекламного текста.		13	
Тема 4.1. Особенности рекламного текста.	Содержание учебного материала.	2	
	1 Фонетика рекламного текста.		2
	2 Преднамеренные орфографические ошибки. Неологизмы. Каламбур.		
	3 Лексика рекламного текста		
	4 Специфика использования различных частей речи.		
	5 Глаголы и специфика использования в рекламном тексте.		
	Прилагательные. Местоимения в рекламном тексте.	-	
	Лабораторные работы.		
	Практические занятия.		
	Номинативные предложения.	1	
	Прием антитезы. Прием градации в рекламном тексте.	1	
	Риторическое обращение.. Восклицательные предложения.	1	
	Контрольные работы		
Самостоятельная работа обучающихся			

		-	
Тема 2.2. Лингвистические особенности текста..	Содержание учебного материала.	2	
	1. Индекс читаемости рекламного текста.		
	2. Речевые фигуры.		
	3. Типы жанров. Рецензия, комментарий, обзор.		
	4. Тексты различных средств рекламы.		
	Лабораторные работы.		
	Практические занятия.		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
	Дифференцированный зачет	<i>1</i>	
Итого		186	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины Стилистика русского языка в рекламном обращении требует наличия учебного кабинета «Русский язык», оснащенного посадочными местами по количеству обучающихся, рабочим местом преподавателя.

Оборудование учебного кабинета: УМК учебной дисциплины (учебники, методические рекомендации по организации и проведению практических занятий, самостоятельной работы студентов, учебно-наглядные пособия по дисциплине «Стилистика русского языка в рекламном обращении», видеофильмы и т.п.).

Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук, колонки.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

- 1.Блинкина-Мельник М.М. Рекламный текст. – М.: ОГИ, 2014.
- 2.Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
- 3.Винарская Л.С. Информационная структура рекламного текста. – М., 2015.
- 4.Дурович А.П., Гришко Н.И. Менеджер по рекламе и продвижению товаров. – Минск: Современная школа, 2016.
- 5.Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2016.
- 6.Степанов В.Н. Речевое воздействие в рекламе: учеб.-практ. пособие по спецкурсу. - Ярославль: МУБиНТ, 2014.
- 7.Фещенко Л.Г. Структура рекламного текста: учеб.-практ. пособие. -СПб.: Изд-во «Петербургский институт печати», 2013.
- 8.Шатин Ю.В. Построение рекламного текста. – М.: Бератор-Пресс, 2012.

Дополнительные источники:

- 1.Ананич М.И. Основы рекламной деятельности. Учебное пособие. Изд. 2-е, переработанное и дополненное.- Новосибирск,2015.
- 2.Горланов А.М. Функциональный стиль рекламы. – Минск: Изд-во Минск. Лингв. Ун-та, 2016.
- 3.Кара-Мурза Е.С. Культура русской речи в рекламной деятельности // Журналистика и культура русской речи. – М., 1996. Вып. 4. – С. 34-61.
- 4.Кохтев Н.Н. Стилистика рекламы. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2015.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий и проектов.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь.:</i>	
использовать разные аргументы и мотивы для успешного речевого воздействия;	индивидуальный опрос; оценивание результатов выполнения практических работ;
классифицировать и анализировать стили текстов, ориентироваться в стилистике печатной рекламы;	письменная проверка; оценивание результатов выполнения практических работ;
целенаправленно использовать возможности русского языка для создания рекламного текста;	оценивание результатов выполнения практических работ;
выбирать наиболее эффективную форму рекламного обращения в зависимости от цели рекламной кампании;	оценивание результатов выполнения практических работ;
создавать целостное рекламное обращение для разных средств распространения рекламы;	оценивание результатов выполнения практических работ;
<i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</i>	
основные положения и терминологию курса;	терминологический диктант; индивидуальный опрос;
специфику этико-социального функционирования рекламного обращения;	фронтальный опрос;
языковые средства манипулирования в рекламе;	устная проверка;
категории мотивов и виды аргументов в рекламном обращении;	тестирование, индивидуальный опрос;
стили литературного русского языка;	фронтальный опрос, индивидуальный опрос
коммуникативные качества речи;	фронтальный опрос;
языковые средство выразительности и усиления образности текста рекламного обращения;	индивидуальный опрос
нормы русского языка в сфере рекламного обращения;	письменная проверка;
структуру и форму рекламного обращения;	фронтальный опрос, письменная проверка;
специфику рекламного обращения для	тестирование

разных средств распространения рекламы	<p><i>Методы оценки результатов обучения:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся;- накопительная система баллов, на основе которой выставляется итоговая отметка;- традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу, на основе которых выставляется итоговая отметка.
--	---