

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Лингвистический анализ рекламного текста

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.03 - Издательское дело

Направленность образовательной программы

Книгоиздательское дело

Форма обучения

очная, заочная, очно-заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 Лингвистический анализ рекламного текста относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2: Имеет практический опыт составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, опыт перевода текстов с иностранного языка на родной.	УК-4.2: Уметь применять приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, методику перевода текстов с иностранного языка на родной. Знать приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, технологии перевода текстов с иностранного языка на родной. Владеть практическим опытом составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, опытом перевода текстов с иностранного языка на родной	Практическое задание Собеседование Тест	Зачёт: Контрольные вопросы Портфолио
ПКР-10: Способен применять методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства, отбирать соответствующие	ПКР-10.1: Участвует в рамках своих полномочий в процессе организации обратной связи с аудиторией (прием почты издательства, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте и	ПКР-10.1: Знать технологии организации обратной связи с аудиторией. Уметь использовать в практической деятельности технологии организации обратной связи с аудиторией.	Собеседование	Зачёт: Контрольные вопросы

<p>темы, жанры и форматы публикаций для аудитории каждой площадки, побуждать ее к взаимодействию</p>	<p>страницах в социальных сетях) ПКР-10.2: Применяет в процессе осуществления профессиональной деятельности методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства</p>	<p>Владеть навыками непосредственного участия в процессе формирования обратной связи с аудиторией, в том числе прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте издательства и на страницах в социальных сетях</p> <p>ПКР-10.2: Знать технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства. Уметь применять технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства. Владеть навыками непосредственного участия в рамках осуществления профессиональной деятельности в процессе формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издания</p>		
<p>ПКР-7: Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>ПКР-7.1: Владеет инструментами продвижения медиапродукта с помощью различных каналов и систем ПКР-7.2: Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения издательской продукции</p>	<p>ПКР-7.1: Знать основные теоретические аспекты паблик рилейнз и рекламы, в том числе специфические аспекты паблик рилейнз и рекламы в области издательского дела и книгораспространения; приемы информационно-библиографического сопровождения проектной издательской деятельности; основные технологии, связанные с рекламой книжной продукции, специфику взаимодействия с рекламодателями и рекламными агентствами. Уметь применять в профессиональной деятельности основы паблик</p>	<p>Практическое задание Собеседование</p>	<p>Зачёт: Контрольные вопросы Портфолио</p>

		<p>рилейнз и рекламы в области издательского дела и книгораспространения; приемы информационно-библиографического сопровождения проектной издательской деятельности; применять знания о технологиях, связанных с рекламой книжной продукции, спецификой взаимодействия с рекламодателями и рекламными агентствами. Владеть практическими навыками участия в продвижении медиапродукта; анализа и прогнозирования в области информационно-библиографического и рекламного сопровождения проектной издательской деятельности; навыками практической деятельности, связанной с взаимодействием с рекламодателями и рекламными агентствами в сфере издательского дела</p> <p>ПКР-7.2:</p> <p>Знать методики оценки и контроля эффективности результатов продвижения издательской продукции; способы и методы анализа клиентской базы; специфику обслуживания оптовых и розничных покупателей в сфере книгоиздательского бизнеса.</p> <p>Уметь применять в практической деятельности методики оценки и контроля эффективности результатов продвижения издательской продукции; использовать знания о методах и способах анализа клиентской базы; осуществлять обслуживание оптовых и розничных покупателей.</p> <p>Владеть практическими навыками участия в процессе контроля и оценки</p>		
--	--	--	--	--

		<p>эффективности результатов продвижения издательской продукции; навыками практического анализа клиентской базы в сфере издательского дела;</p> <p>практической деятельности по обслуживанию оптовых и розничных покупателей в сфере книгоиздательского бизнеса</p>		
<p>ПКР-8: Способен применять в профессиональной деятельности маркетинговые технологии в области издательского дела</p>	<p>ПКР-8.2: Принимает участие в организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции издательств</p>	<p>ПКР-8.2:</p> <p>Знать специфику методов формирования ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения и оценки результатов продвижения издательской продукции;</p> <p>способы оценки конъюнктуры издательского рынка.</p> <p>Уметь применять в профессиональной деятельности методы формирования ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения и оценки результатов продвижения издательской продукции;</p> <p>выявлять и оценивать покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивать конъюнктуру рынка.</p> <p>Владеть навыками практической деятельности по формированию ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения и оценки результатов продвижения издательской продукции;</p> <p>навыками практической деятельности по выявлению покупательского спроса на издательскую продукцию и</p>	<p>Собеседование</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p> <p>Портфолио</p>

		оценке конъюнктуры рынка		
--	--	--------------------------	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	3	3	3
Часов по учебному плану	108	108	108
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):			
- занятия лекционного типа	0	0	6
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32	12	6
- КСР	1	1	1
самостоятельная работа	75	95	91
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	0 Зачёт	4 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них									Самостоятельная работа обучающегося, часы			
				Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы			Всего						
0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0		
Введение	18	22	20			1	6	2	1	6	2	2	12	20	18	
Вербальная специфика рекламы	60	52	54			4	20	8	4	20	8	8	40	44	46	
Соотношение вербальных и невербальных элементов рекламы	29	33	29			1	6	2	1	6	2	2	23	31	27	
Аттестация	0	0	4													
КСР	1	1	1								1	1	1			
Итого	108	108	108	0	0	6	32	12	6	33	13	13	75	95	91	

Содержание разделов и тем дисциплины

Введение. История рекламы. Понятие, функции и цель рекламы. Целевая аудитория.

Вербальная специфика рекламы. Общая характеристика языка рекламы. Особенности языка рекламы на

разных уровнях языка.

Соотношение вербальных и невербальных элементов рекламы. Иллюстрации в рекламе и их соотношение с текстом. Прочие невербальные элементы реклам и их соотношение с текстом.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Лингвистический анализ рекламного текста, <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=5852>.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-4:

Оцените предложенный пример на соответствие требованиям, предъявляемым к рекламе (на разных уровнях языка)

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПКР-7:

Оцените выбор и соотношение вербальных и невербальных средств.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок. Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с незначительными ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов. Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие минимальных умений.

Оценка	Критерии оценивания
	Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции УК-4:

Общая характеристика языка рекламы

Особенности языка рекламы на фонетическом уровне

Особенности языка рекламы на морфемном и словообразовательном уровнях

Ключевая лексика рекламы

Использование в рекламе общеупотребительных/специализированных, исконных/заимствованных, абстрактных/конкретных слов

Тропы в рекламе

Особенности языка рекламы на морфологическом уровне

Особенности языка рекламы на синтаксическом уровне

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПКР-10:

Целевая аудитория

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПКР-7:

Типы рекламных текстов по форме рекламной коммуникации

Иллюстрации в рекламе и их соотношение с текстом

Прочие невербальные элементы рекламы и их соотношение с текстом

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ПКР-8:

История рекламы

Понятие, функции и цель рекламы

Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов. Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа

5.1.7 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-4:

«Ключевая лексика рекламы» – это...

- 1) лексика с положительной семантикой;
- 2) лексика со значением долженствования;
- 3) лексика тематической группы «новизна».

5.1.8 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПКР-8:

Укажите верные утверждения.

1. Информирование – основная функция рекламы.
2. Первые рекламные тексты были созданы в XVII веке.
3. Информирование – основная цель рекламы.
4. В Древнем Риме реклама размещалась на стенах храмов.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов. Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Оценка	Критерии оценивания
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели	Имеется минимальный набор навыков для решения	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продemonстрированы навыки при решении нестандарт	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартны

	вследствие отказа обучающегося от ответа	место грубые ошибки	стандартны х задач с некоторым и недочетами	х задач с некоторым и недочетами	х задач без ошибок и недочетов	ных задач без ошибок и недочетов	х задач
--	--	---------------------	---	----------------------------------	--------------------------------	----------------------------------	---------

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-4

Общая характеристика языка рекламы

Особенности языка рекламы на фонетическом уровне

Особенности языка рекламы на морфемном и словообразовательном уровнях

Ключевая лексика рекламы

Использование в рекламе общеупотребительных/специализированных, исконных/заимствованных, абстрактных конкретных слов

Тропы в рекламе

Особенности языка рекламы на морфологическом уровне

Особенности языка рекламы на синтаксическом уровне

Иллюстрации в рекламе и их соотношение с текстом

Прочие невербальные элементы рекламы и их соотношение с текстом

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-10

Целевая аудитория

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-7

Типы рекламных текстов по форме рекламной коммуникации

Иллюстрации в рекламе и их соотношение с текстом

Прочие невербальные элементы рекламы и их соотношение с текстом

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-8

История рекламы

Понятие, функции и цель рекламы

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов. Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа

5.3.5 Типовые задания (оценочное средство - Портфолио) для оценки сформированности компетенции УК-4

Подготовьте портфолио, включающее следующие блоки.

1. Нерифмованное созвучие или звукоподражание (1 пример + комментарий к нему).
2. Ритмизация речи (1 пример + комментарий к нему).
3. Рифма (1 пример + комментарий к нему).
4. Сложение (1 пример + комментарий к нему).
5. Окказионализмы со стилистически маркированными формантами (1 пример + комментарий к нему).
6. Аббревиация (1 пример + комментарий к нему).
7. Контаминация (1 пример + комментарий к нему).
8. Лексика общеупотребительная/"специальная", исконно русская / заимствованная / иноязычная, с абстрактной/конкретной семантикой (1 пример + комментарий к нему).
9. "Ключевая" лексика рекламы (2 примера + комментарии к ним).
10. Тропы и фигуры на базе лексики (2 примера + комментарии к ним).
11. Морфологические средства воздействия (1 пример + комментарий к нему).
12. Синтаксические средства воздействия (1 пример + комментарий к нему).

5.3.6 Типовые задания (оценочное средство - Портфолио) для оценки сформированности компетенции ПКР-7

Подготовьте портфолио, отразив в нем такое явление, как соотношение вербальных и невербальных средств в рекламе (характеристика одного рекламного объявления по всем указанным в теории и отраженным в данном объявлении параметрам).

5.3.7 Типовые задания (оценочное средство - Портфолио) для оценки сформированности компетенции ПКР-8

Подготовьте портфолио, отразив в нем такое явление, как применение архетипов в рекламном тексте (1 пример + комментарий к нему).

Критерии оценивания (оценочное средство - Портфолио)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все

Оценка	Критерии оценивания
	задания, в полном объеме без недочетов. Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа. Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Бернадская Юлия Сергеевна. Текст в рекламе : Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) "Реклама"; Учебное пособие / Российский университет дружбы народов. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 288 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01382-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593375&idb=0>.
2. Аниськина Наталия Васильевна. Модели анализа рекламного текста : Учебное пособие / Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, Рыбинский ф-л. - Москва : Издательство "ФОРУМ", 2013. - 304 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-91134-675-1. - ISBN 978-5-16-006064-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=597287&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Бернадская Юлия Сергеевна. Основы рекламы : Учебник для студентов вузов, обучающихся вузов, обучающихся по специальностям 032401 «Реклама», 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг»; Учебник / Российский университет дружбы народов; Омский государственный технический университет; Сочинский государственный университет. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 351 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01252-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593349&idb=0>.
2. Колышкина Т. Б. Анализ рекламного текста / Колышкина Т. Б., Маркова Е. В., Шустина И. В. - Москва : Юрайт, 2022. - 305 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/496801> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-14014-9 : 959.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=789363&idb=0>.
3. Сердобинцева Е. Н. Структура и язык рекламных текстов / Сердобинцева Е. Н. - 5-е изд. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 160 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ФЛИНТА - Языкознание и литературоведение. - ISBN 978-5-9765-0910-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=779270&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.03 - Издательское дело.

Автор(ы): Щеникова Елена Викторовна, кандидат филологических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Рацибурская Лариса Викторовна, доктор филологических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.