

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 Ученого совета ННГУ

протокол № 6 от 31.05.2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Стилистика и практика рекламного текста

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 — Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального
управления,

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2023

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.25 «Стилистика и практика 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 Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Знает литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации.	Знает литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации; Умеет выражать свои мысли на государственном, родном и иностранном языке в ситуации деловой коммуникации; Владеет навыками деловой коммуникации на родном и иностранном языках.	<i>Сообщение на практических занятиях</i>	<i>Зачёт: Портфолио</i>
	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	Знает приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, технологии перевода текстов с иностранного языка на родной; Умеет применять приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и	<i>Сообщение на практических занятиях</i>	<i>Зачёт: Портфолио</i>

		<p>разных жанров на государственном и родном языках, методику перевода текстов с иностранного языка на родной;</p> <p>Владеет практическим опытом составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, опытом перевода текстов с иностранного языка на родной</p>		
<p>ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p> <p>ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;</p>	<p>Знать основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p> <p>Знать специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p>	<p><i>Сообщение на практических занятиях</i></p>	<p><i>Зачёт: Портфолио</i></p>

	<p>ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p>	<p>Уметь использовать в практической деятельности знания о специфике проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p> <p>Владеть навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p>		
	<p>ПК-4.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	<p>Знать технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Уметь создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Владеть практическими навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Знать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Уметь использовать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити,</p>		

		<p>трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Владеть практическими навыками участия в деятельности по формированию положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.</p>		
<p>ПК-5. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ</p>	<p>ПК-5.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-5.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.</p>	<p>Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;</p> <p>Владеть практическими навыками создания рекламного и PR-текста;</p> <p>Знать технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p>Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ</p>	<p><i>Сообщение на практических занятиях</i></p>	<p><i>Зачёт: Портфолио</i></p>

ПК-6. Способен привлекать и удерживать внимание аудитории в процессе создания рекламного и коммуникационного продукта, используя методы сторителлинга, приемы структурирования материала и сочетания текстовых и мультимедийных элементов	ПК-6.1. Применяет на практике методы сторителлинга, сочетает текстовые и мультимедийные элементы в профессиональной деятельности;	Знать современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, методы использования технологии сторителлинга; Уметь использовать в процессе создания коммуникационного продукта современные технологии сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере;	Сообщение на практических занятиях	Зачёт: Портфолио
	ПК-6.2. Применяет на практике приемы привлечения и удержания внимания аудитории при создании рекламного и коммуникационного продукта.	Владеть навыками применения в профессиональной деятельности современных технологий сочетания текстовых и мультимедийных элементов публикации, в том числе в цифровой сфере, технологий сторителлинга; Знать технологии и методы организации обратной связи с целевой аудиторией на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта; Уметь применять технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках при создании рекламного и коммуникационного продукта; Владеть навыками непосредственного участия в рамках		

осуществления
профессиональной
деятельности в процессе
формирования целевой
аудитории на различных
медиаплощадках в
процессе создания
рекламного и
коммуникационного
продукта;

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоемкость, з.е.	2	2
Часов по учебному плану	72	72
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	32	
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32	
- КСР	1	
самостоятельная работа	7	
Промежуточная аттестация	зачет	4 зачёт

3.2. Содержание дисциплины

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

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)			В том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них														
				Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Консультации			Всего					
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная			
Специфика рекламной коммуникации и экстралингвистические основы создания рекламного текста	4			2			2					4			1			
Свойства рекламы и их реализация на разных уровнях языка	16			8			8					16			1			
Структура рекламного текста	20			10			10					20			2			
Нейминг	18			8			8					16			1			
Слоганистика	12			4			4					8			2			
В т.ч. текущий контроль	1											1						

Промежуточная аттестация зачет														
Итого	72			32			32					65		7

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "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 - Сообщение на практических занятиях) для оценки сформированности компетенции УК-4

Приведите пример использования вербальных средств в рекламе, охарактеризуйте его. В качестве источников могут быть задействованы транслируемые в настоящее время рекламные тексты. Примеры, приведенные в учебных пособиях, интернет-подборках рекламных материалов и т.п., использоваться не должны. Апробированные материалы могут быть включены в портфолио для промежуточной аттестации.

Критерии оценивания (оценочное средство - Сообщение на практических занятиях)

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

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-4

Оцените основной текст рекламного сообщения на соответствие/несоответствие предъявляемым к нему требованиям.

Классифицируйте слоганы по известным вам основаниям. Выразите предположения о причинах, по которым рекламодателем были выбраны задействованы содержащиеся в этих слоганах вербальные средства.

Оцените средства создания выразительности рекламного текста, в т.ч. их уместность.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-5

Раскройте реализацию модели рекламного воздействия. Укажите в тексте ее составляющие.

Укажите, какими экстралингвистическими факторами обусловлен выбор языковых средств.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

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 вследствиеотказа обучающегося от ответа

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-4

Заполните пропуск в предложении.

Слоганы подразделяются на привязанные, ... и свободные.

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Обозначьте составляющие модели воздействия AICDA:

- 1) ...;
- 2) ...;
- 3) ...;
- 4) ...;
- 5)

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

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

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	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	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несуществе	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

	ответа			ошибок	нных ошибок		
<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	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	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, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы 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 вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных 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

5.3.1 Типовые задания, выносимые на промежуточную аттестацию:

Оценочное средство - Портфолио

Зачёт

Критерии оценивания (Портфолио - Зачёт)

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

Типовые задания (Портфолио - Зачёт) для оценки сформированности компетенции УК-4

В течение семестра на основе одного рекламного сообщения (либо группы так или иначе связанных между собой рекламных сообщений) подготовьте портфолио, отразив в нем вопросы, рассмотренные в ходе изучения дисциплины.

В портфолио должны быть представлены актуальные (транслируемые в настоящее время) рекламные тексты. Примеры, приведенные в учебных пособиях, интернет-подборках рекламных материалов и т.п., использоваться не должны.

Типовые задания (Портфолио - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-5

В выбранном(ых) вами тексте(ах) охарактеризуйте реализацию следующих требований, предъявляемых к языку рекламы.

1. Выразительность/оригинальность (минимум один показатель по каждому из задействованных уровней языка).
2. Краткость/лаконичность (характеристика по всем параметрам, рассмотренным в течение семестра).
3. Доступность (характеристика по всем параметрам, рассмотренным в течение семестра).
4. Положительная оценочность (минимум 3 факта).
5. Принципы рекламной номинации (характеристика по всем параметрам, рассмотренным в течение семестра).
6. Структура текста (характеристика одного текста).
7. Особенности слогана (характеристика по всем параметрам, рассмотренным в течение семестра).

Типовые задания (Портфолио - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Опишите реализацию модели рекламного воздействия. В процессе описания сделайте акцент на выборе и синтагматике вербальных средств.

Оценочное средство - Контрольные вопросы

Зачёт

Критерии оценивания (Контрольные вопросы - Зачёт)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
не зачтено	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа.

Типовые задания (Контрольные вопросы - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-4

Общая характеристика языка рекламы

Краткость/лаконичность рекламного сообщения

Выразительность и оригинальность рекламного сообщения

Доступность рекламного сообщения

Положительная оценочность рекламного сообщения

Требования, предъявляемые к рекламным именам

Способы создания рекламных имен

Структура рекламного текста: общая характеристика. Требования к основному тексту рекламного сообщения

Рекламные заголовки и подзаголовки Структурная

классификация слоганов

Семантико-тематическая классификация слоганов

Типовые задания (Контрольные вопросы - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ПК-5

Специфика рекламной коммуникации

Экстралингвистические основы создания рекламного текста. Модели воздействия в рекламе

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

Основная литература:

1. 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>.
2. 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>.

Дополнительная литература:

1. Тупикова А. М. Рекламная коммуникация. Основы лингвистического анализа медийного рекламного гипертекста / Тупикова А. М., Каменева В. А. - Кемерово : КемГУ, 2014. - 88 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции КемГУ - Языкознание и литературоведение. - ISBN 978-5-8353-1766-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=700686&idb=0>.
2. Качалкин Павел Владимирович. Имплицитная информация в рекламных слоганах авиакомпаний : Монография / Транснефть. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2014. - 202 с. - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-369-01319-9. - ISBN 978-5-16-

100639-9. - ISBN 978-5-369-01319-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=612098&idb=0>.

3. Дударева Я. А. Нейминговый словарь русского языка (слова-бионимы как фирменные наименования / Дударева Я. А., Замилова А. В., Сатучина Т. Ю. - Кемерово : КемГУ, 2016. - 299 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции КемГУ - Языкознание и литературоведение. - ISBN 978-5-8353-2028-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=704331&idb=0>.

4. Дударева Я. А. Лингвомаркетология: рекламный текст в лингвоправовом аспекте : учебное пособие / Дударева Я. А. - Кемерово : КемГУ, 2020. - 79 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции КемГУ - Языкознание и литературоведение. - ISBN 978-5-8353-2684-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=749695&idb=0>.

5. Эффективный рекламный текст в СМИ / Назайкин Н.А. - Москва : МГУ, 2011., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=637807&idb=0>.

6. Колокольцева Т. Н. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллективная монография / Колокольцева Т. Н. - 4-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 296 с. - Книга из коллекции ФЛИНТА - Языкознание и литературоведение. - ISBN 978-5-9765-1112-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=829713&idb=0>.

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

<https://elibrary.ru>

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 (утв. Ученым советом ННГУ, протокол №8 от 16.06.2021 г.), с учетом рекомендаций примерной основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью».

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

Заведующий кафедрой: Рацибурская Лариса Викторовна, доктор филологических наук.