

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.1.ДВ.02.02 Прагматика рекламного текста

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы, 108 часов

Цель дисциплины

изучение истории рекламного и PR-текстов; экстра-интралингвистических особенностей текстов, их структурой, спецификой и разнообразием; развитие навыков и умений создания текстовых материалов в сфере деятельности организаций или рекламного агентства; раскрытие возможностей применения знаний и технологий создания рекламных и PR-текстов в практике организаций.

Воспитательная цель: развитие личности гражданина, ориентированной на традиционные культурные, духовные и нравственные ценности российского общества, способной к активной социальной адаптации в обществе и самостоятельному жизненному выбору, к началу трудовой деятельности и продолжению профессионального образования, к самообразованию и самосовершенствованию.

Задачи дисциплины:

- определение комплекса ключевых идей редактирования текста;
- выявление основных приемов редактирования текстов;
- изучение базовых подходов к редактированию текста;

практический анализ различных типов редакторской правки;
совершенствование навыков работы с редакторскими компьютерными программами.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Прагматика рекламного текста» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, к дисциплинам (модулям) по выбору 2 (ДВ.2) и органически входит в систему для подготовки бакалавров педагогики; является важной для становления профессиональных компетенций выпускника.

Дисциплина изучается на 5 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Для освоения дисциплины «Прагматика рекламного текста» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин базовой части учебного плана.

Знания, полученные при изучении дисциплины «Прагматика рекламного текста» являются необходимыми для подготовки бакалавра и его дальнейшей профессиональной деятельности. Изучение данной дисциплины необходимо для более глубокого освоения дисциплин «Текст и дискурс в речевой практике», «Актуальные проблемы современной лингвистики», «Лингвофилологический анализ текста», «Современные направления в отечественном языкознании».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программ

Изучение дисциплины «Прагматика рекламного текста» направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-исследовательской деятельности.	
ИПК-2.1. Критически анализирует и отбирает языковой и/или литературный материал для исследования с учетом знаний в	Знает основные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста.	текста в собственной научно-исследовательской деятельности
	Умеет анализировать и отбирать языковой и/или литературный материал для исследования с учетом знаний в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста
	Владеет способностью применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-исследовательской деятельности
ИПК-2.2. Последовательно придерживается выбранной под руководством наставника (преподавателя) оптимальной методологической стратегии исследования.	Знает оптимальную методологическую стратегию исследования
	Умеет придерживаться выбранной под руководством наставника (преподавателя) оптимальной методологической стратегии исследования
	Владеет навыками методологической стратегии исследования
ИПК-2.3. Использует в научно-исследовательской деятельности достоверные научные источники и информационные ресурсы различных видов	Знает достоверные научные источники и информационные ресурсы различных видов
	Умеет использовать в научно-исследовательской деятельности достоверные научные источники
	Владеет навыками использования научных источников и информационных ресурсов различных видов

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

Структура и содержание дисциплины

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ЗФО).

Вид учебной работы	Всего часов	Форма обучения	
		Заочная	
		4 курс (часы)	
		Зимняя	Летняя
Контактная работа, в том числе:	12,3	2	10,3
Аудиторные занятия (всего):	12	2	10
Занятия лекционного типа	4	2	2
Лабораторные занятия	-	-	-

Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	8	-	8
Иная контактная работа:	0,3	-	0,3
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-	-
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	-	0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	87	34	53
<i>Курсовая работа</i>	-	-	-
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	39	14	25
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	30	10	20
<i>Реферат</i>	18	10	8
Подготовка к текущему контролю		-	
Контроль:	8,7	-	8,7
Подготовка к экзамену	-	-	-
Общая трудоемкость	час.	108	36
	в том числе контактная работа	12,3	2
	зач. ед	3	1

Структура дисциплины «Прагматика рекламного текста»

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые на 4 курсе (заочная форма)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	PR-текст и рекламное сообщение в системе текстов культуры.	23	1	2	-	20
2	Жанровая характеристика простых первичных рекламных и PR-текстов. Комбинированные PR-тексты. Перспективы развития рекламного текста	23	1	2	-	20
3	Медиатексты.	23	1	2	-	20
4	PR-тексты и рекламные сообщения как феномены коммуникации.	30	1	2	-	27
	ИТОГО по разделам дисциплины:	99	4	8		87
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	-				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	8,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторная работа, ИКР – иная контактная работа

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет в зимнюю сессию

Учебная литература:

Матвеева, Г. Г. Основы прагмалингвистики : учебник / Г.Г. Матвеева. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 205 с. — (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2063428> . – Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-16-018941-3. - Текст : электронный.

Волков, В.В. Основы филологии. Антропоцентризм, языковая личность и прагмалингвистика текста : учебное пособие / В. В. Волков. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 148 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/122582> . - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9765-2016-5. - Текст : электронный.

Маслова, А. Ю. Введение в прагмалингвистику : учебное пособие / А. Ю. Маслова. - 5-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2019. - 149 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/> . - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-89349-946-9. - Текст : электронный.