

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: ознакомить с понятием речевого воздействия, различными подходами, с позиций которых оно исследуется, а также со специфическими приемами (в частности, с манипулятивными речевыми техниками), способами речевого воздействия в рекламных и ПР-текстах и различными средствами (в т.ч. лексическими, синтаксическими, фонетическими), используемыми при их создании.

Задачи освоения дисциплины:

- рассмотреть понятие речевого воздействия, охарактеризовать его виды, обозначить области применения и особенности в массовой коммуникации;
- осветить основные подходы, с позиций которых рассматривается речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью (семиотический, филологический и психолингвистический);
- составить представление об основных способах речевого воздействия (внушении, убеждении и пр.) и о том, как они реализуются в рекламных и ПР-текстах, а также более детально изучить ряд вербальных манипулятивных приемов и техник, используемых в них;
- охарактеризовать особенности использования лексики в рекламных и ПР-текстах, в том числе частотных слов, употребление тропов (метафоры, гиперболы, эпитеты и др. в рекламных сообщениях), фразеологизмов, игровых приемов на основе омонимов, многозначных слов и пр., а также продемонстрировать необходимость подбора лексических единиц в зависимости от целевых аудиторий и групп;
- рассмотреть риторику как источник приемов речевого воздействия в рекламе, ПР и близких сферах, обозначить риторические приемы и средства экспрессивного синтаксиса их применение в рекламных и ПР-текстах;
- изучить основные фонетические приемы и ознакомиться с требованиями по их применению в рекламных текстах и слоганах.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма

Дисциплина «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью» Б1.Б36 относится к обязательным дисциплинам учебного плана бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». Изучается в 6-ом семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты в области современной рекламной практики и СО (предшествующие дисциплины «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Введение в теорию и практику рекламы»), также должны владеть рядом компетенций, которые соответствуют знаниям сути информационно-коммуникационных процессов, как в целом, так и освоить специфику различных средств массовой коммуникации (предшествующие дисциплины «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации»). После изучения дисциплины «Речевое воздействие в рекламе и СО» следует освоение курса «Работа с рекламными и ПР-текстами». Если в рамках последней основное внимание сосредоточено на видах, жанровых особенностях, а также структуре рекламных и ПР-

текстов, учете особенностей целевых аудиторий и групп (например, при подборе лексических единиц), то вторая предполагает в большей степени изучение речевых средств и способов, приемов используемых при создании и разработке рекламных и ПР-текстов.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: знания, полученные в рамках данного курса, могут быть использованы при освоении дисциплин: «Основы брэндинга», «Основы интегрированных коммуникаций», «Современная пресс-служба» (навыки составления ПР-текстов).

Заочная форма

Дисциплина «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью» Б1.Б36 относится к обязательным дисциплинам учебного плана бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». Изучается в 5-ом семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты в области современной рекламной практики и СО, также должны владеть рядом компетенций, которые соответствуют знаниям сути информационно-коммуникационных процессов, как в целом, так и освоить специфику различных средств массовой коммуникации (дисциплины: Иностранный язык Русский язык и культура речи Введение в теорию и практику рекламы Введение в теорию и практику связей с общественностью Стилистика и литературное редактирование)

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: знания, полученные в рамках данного курса, могут быть использованы при освоении дисциплин и практик: Планирование антикризисных коммуникаций Современная пресс-служба Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов Технологии производства рекламного продукта учебная, Профессионально-творческая производственная практика, Преддипломная практика, ГИА. После изучения дисциплины «Речевое воздействие в рекламе и СО» следует освоение курса «Работа с рекламными и ПР-текстами». Если в рамках последней основное внимание сосредоточено на видах, жанровых особенностях, а также структуре рекламных и ПР-текстов, учете особенностей целевых аудиторий и групп (например, при подборе лексических единиц), то вторая предполагает в большей степени изучение речевых средств и способов, приемов используемых при создании и разработке рекламных и ПР-текстов.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>УК4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Знать: понятийный аппарат теории речевого воздействия, ряд понятий риторики, стилистики, лексикологии, семиотики; определения понятий «тропы», их виды (метафоры, эпитета, гиперболы, оксюморон и пр.); определения понятий «речевой стандарт» и «речевой штамп»; фигуры речи и их виды;</p> <p>Уметь: составлять и редактировать рекламные и ПР-тексты с учетом полученных в рамках освоения дисциплины знаний, изученных приемов и примеров;</p> <p>Владеть: базовыми приемами риторики, уметь применять в устной и письменной речи фигуры речи и средства экспрессивного синтаксиса; навыками участия в дискуссии и подготовке устных выступлений.</p>

<p>ОПК1:</p> <p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиа-тексты и (или) медиа-продукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знать: понятийный аппарат теории речевого воздействия, ряд понятий риторики, стилистики, лексикологии, семиотики; определения понятий «знака», «символа»; определения понятий «тропы», их видов (метафоры, эпитета, гиперболы, оксюморон и пр.); специфику подходов к изучению речевого воздействия (филологического, психолингвистического, семиотического); определения понятий «речевой стандарт» и «речевой штамп»; фигуры речи и их виды; определение манипуляции, речевого манипулирования, разбираться в способах воздействия и в речевых манипулятивных техниках, используемых в рекламе и связях с общественностью и близких сферах (пропаганда и пр.);</p> <p>Уметь: составлять и редактировать рекламные и ПР-тексты с учетом полученных в рамках освоения дисциплины знаний, изученных приемов и примеров;</p> <p>Владеть: базовыми приемами риторики, уметь применять в устной и письменной речи фигуры речи и средства экспрессивного синтаксиса; составлять рекламные и ПР-тексты и подбирать лексику в зависимости от того, на какие аудитории они нацелены; разрабатывать рекламные и ПР-тексты с использованием изобразительно-выразительных средств, тропов; навыками участия в дискуссии и подготовке устных выступлений; обладать навыками применения при разработке рекламных текстов и слоганов, различных стилистических, лексических, фонетических приемов.</p>
<p>Код и наименование реализуемой компетенции</p>	<p>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</p>
<p>УК4:</p> <p>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>Знать: понятийный аппарат теории речевого воздействия, ряд понятий риторики, стилистики, лексикологии, семиотики; определения понятий «тропы», их виды (метафоры, эпитета, гиперболы, оксюморон и пр.); определения понятий «речевой стандарт» и «речевой штамп»; фигуры речи и их виды;</p> <p>Уметь: составлять и редактировать рекламные и ПР-тексты с учетом полученных в рамках освоения дисциплины знаний, изученных приемов и примеров;</p> <p>Владеть: базовыми приемами риторики, уметь применять в устной и письменной речи фигуры речи и средства экспрессивного синтаксиса; навыками участия в дискуссии и подготовке устных выступлений.</p>
<p>ОПК1:</p> <p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиа-тексты и (или) медиа-продукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и</p>	<p>Знать: понятийный аппарат теории речевого воздействия, ряд понятий риторики, стилистики, лексикологии, семиотики; определения понятий «знака», «символа»; определения понятий «тропы», их видов (метафоры, эпитета, гиперболы, оксюморон и пр.); специфику подходов к изучению речевого воздействия (филологического, психолингвистического, семиотического); определения понятий «речевой стандарт» и «речевой штамп»; фигуры речи и их виды; определение</p>

иностранный язык, особенностями иных знаковых систем	манипуляции, речевого манипулирования, разбираться в способах воздействия и в речевых манипулятивных техниках, используемых в рекламе и связях с общественностью и близких сферах (пропаганда и пр.); Уметь: составлять и редактировать рекламные и ПР-тексты с учетом полученных в рамках освоения дисциплины знаний, изученных приемов и примеров; Владеть: базовыми приемами риторики, уметь применять в устной и письменной речи фигуры речи и средства экспрессивного синтаксиса; составлять рекламные и ПР-тексты и подбирать лексику в зависимости от того, на какие аудитории они нацелены; разрабатывать рекламные и ПР-тексты с использованием изобразительно-выразительных средств, тропов; навыками участия в дискуссии и подготовке устных выступлений; обладать навыками применения при разработке рекламных текстов и слоганов, различных стилистических, лексических, фонетических приемов.
--	---

1. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы

4. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью» предполагает использование следующих образовательных технологий:

- проведение практических занятий, связанных с разработкой и написанием рекламных текстов и освоению используемых в них различных приемов оптимизации и усиления речевого воздействия на аудиторию (стилистических, лексических, фонетических средств);
- проведение дискуссий в семинарских группах и обсуждений по итогам выполнения практических заданий.

5. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: оценка работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами и сообщениями).

Промежуточная аттестация проводится в форме: оценки итогов самостоятельной работы по написанию рекламных и ПР-текстов.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.