

Аннотация к рабочей программе
дисциплины Б1.В.01 Семиотика рекламы
(заполняется в соответствии с учебным планом и рабочей программой дисциплины)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: формирование у бакалавров представлений о принципах организации рекламы как текста в семиотическом понимании. Курс направлен на формирование представлений о том, как эстетика рекламы способствует знаковому оформлению сообщения о продукте или услуге.

Объем дисциплины: 3 (108 час.)

Семестр: 5

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

Раздел 1. Знаки, их сущность и свойства

Тема 1.1. Определение семиотики. Объект и предмет изучения данной дисциплины. Знаковая функция рекламы. Семиотическое понятие текста. Типы текстов. Понятие семиосферы.

Тема 1.2. Коммуникативные фазы. Уровни восприятия текста. Интерпретация текста. Категории "буквальное значение", "очевидные смысл", "границы понимания". Определение и характеристика знака. Характеристики знака по Ч. Пирсу. Три важнейших аспекта знака.

Раздел 2. Семиотический анализ рекламного сообщения

Тема 2.1. Общая модель теории коммуникации. Репрезентативная и эмоциональная стороны информации. Понятие кода. Вербальное сообщение и иконическое сообщением без кода.

Тема 2.2. Денотация и анализ рекламного текста. Понятие коннотации и рекламное сообщение. Три группы рекламного визуального образа.

Раздел 3. Реклама как креолизованный текст

Тема 3.1. Категория метафоры. Понятие "креолизованный текст". Креолизованность как способ повышения эффективности рекламного сообщения. Применение метафор в социально-психологической сфере.

Тема 3.2. Понятие "креолизованного текста". Виды и свойства. Логотип (товарный знак) как вид креолизованной лексемы. Виды логотипа: словесный знак, изобразительный знак и комбинированный знак.

Форма промежуточной аттестации: зачет