

**Аннотация к рабочей программе**  
дисциплины  
Семиотика рекламы

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль):** Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Квалификация выпускника:** бакалавр

**Цель освоения дисциплины:** формирование у бакалавров представлений о принципах организации рекламы как текста в семиотическом понимании.

**Объем дисциплины:** 3 з.е / 108ч.

**Семестр:** 5 семестр

**Краткое содержание основных разделов дисциплины:**

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Категории семиотики. Семантика, прагматика. синтактика	Основные понятия семиотики. История семиотики. Классификация знаков Ч.Пирса. Определение семантики, синтактики и прагматики.
2	Знаки, их сущность и свойства	Трехчастная структура знака. Треугольник Г.Фреге. Естественные и искусственные знаковые системы. Речь как знаковая система. Искусство и реклама как знаковые системы. Семиотические аспекты кино, моды, рекламы и других культурных феноменов.
3	Семиотический анализ рекламного сообщения	Вербальные и визуальные знаки рекламы. Анализ рекламных сообщений Р. Барта, У. Эко и др. Взаимодействие знаков в рекламе. Ассоциативное мышление. Семиотические аспекты культурных кодов.
4	Реклама как креолизованный текст	Средства художественной выразительности в рекламе. Метафора в визуальной и текстовой рекламе. Каламбур. Сущность креолизованного текста. Структура рекламного сообщения: семиотические и эстетические аспекты.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен