



КГУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КГУ»)

**АКТУАЛИЗИРОВАНО**  
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГУ  
Протокол №7 от 19.03.2024

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЦТЭ

\_\_\_\_\_ Э.И. Беляев

«30» мая 2023 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01 Семиотика рекламы

---

Направление подготовки \_ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью \_

Направленность(и) \* (профиль(и)) \_Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере; Дизайн в рекламе\_

Квалификация \_\_\_\_\_ Бакалавр \_\_\_\_\_  
(Бакалавр / Магистр)

г. Казань, 2023

Программу разработал(и):

Наименование кафедры	Должность, уч.степень, уч.звание	ФИО разработчика
ФМК	д.филос. н., профессор	Гурьянов А.С.

Согласование	Наименование подразделения	Дата	№ протокола	Подпись
Одобрена	ФМК	19.05.2023	5	_____ Заф.каф., д.ф.н., доц., Миннуллина Э. Б.
Согласована	ФМК	19.05.2023	5	_____ Заф.каф., д.ф.н., доц., Миннуллина Э. Б.
Согласована	Учебно-методический совет ИЦТЭ	30.05.2023	№7	_____ Директор, к.т.н., доц. Беляев Э.И.
Одобрена	Ученый совет ИЦТЭ	30.05.2023	Протокол №9	_____ Директор, к.т.н., доц. Беляев Э.И.

## 1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

*(Цель и задачи освоения дисциплины, соответствующие цели ОП)*

Целью освоения дисциплины «Семиотика рекламы» является 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.

Задачами дисциплины является:

1. Изучение основных понятий семиотики.

1. Формирование умения самостоятельно анализировать тот или иной тип рекламного сообщения, его структуру и семантику, выявляя в нем достоинства и недостатки.

2. Приобретение знаний и навыков конструирования рекламного текста с опорой на его структурные разделы.

Компетенции и индикаторы, формируемые у обучающихся:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора
УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.3 - Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др. Философия, Речевая коммуникация, Введение в профессиональную деятельность, Теория и практика рекламы

Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др. Организация и проведение рекламных и PR-кампаний, Реклама и PR в цифровой среде

## 3. Структура и содержание дисциплины

### 3.1. Структура дисциплины

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр
			5
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА*	-	56	56
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	1,5	50	50
Лекции	0,5	16	16

Практические (семинарские) занятия	1	34	34
Лабораторные работы	-	-	-
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	1,5	58	58
Проработка учебного материала	1,5	58	58
Курсовой проект	-	-	-
Курсовая работа	-	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации	-	-	-
Промежуточная аттестация:			3
			-

Для очной - заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр
			4
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА*	-		
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	0,6	20	20
Лекции	0,2	8	8
Практические (семинарские) занятия	0,4	12	12
Лабораторные работы		-	-
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	2,4	88	88
Проработка учебного материала	2,3	84	84
Курсовой проект		-	-
Курсовая работа		-	-
Подготовка к промежуточной аттестации	0,1	4	4
Промежуточная аттестация:			3

### 3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Всего часов	Распределение трудоемкости по видам учебной работы				Формы и вид контроля	Индексы индикаторов формируемых компетенций
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
Раздел 1 Знаки, их сущность и свойства	36	6		11	19	ТК1	УК-5з; УК-5у
Раздел 2 Семиотический анализ рекламного сообщения	36	5		12	19	ТК2	УК-5в; УК-5з

Раздел 3 Реклама как креолизованный текст	36	5		11	20	ТКЗ	УК-5з; УК-5в
Зачет						<b>ОМ 2</b>	УК-5з; УК-5у; УК-5в
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>16</b>		<b>34</b>	<b>58</b>		

### 3.3. Содержание 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.

### 3.4. Тематический план практических занятий

1. Основные понятия о семиотике и ее составляющих
2. Интерпретация семиотического текста
3. Сущность и свойства знаковых систем
4. Классификации знаков и структурный анализ
5. Измерения семиотического текста
6. Семиотический анализ рекламного сообщения и коммуникативные отношения "рекламный текст-реципиент"
7. Комплексный анализ рекламного сообщения
8. Метафора и рекламный текст
9. Реклама как креализованный текст
10. Логотип как вид креолизованного текста
11. Три базовые для семиотики типа знаковых.
12. Понятие денотата, формы и значения.
13. Классификации знаков. Иллюстрации из рекламы на каждый из типов знаков.
14. Три основных аспекта изучения языка по Ф. де Соссюру: семантика, синтактика, прагматика.
15. Языковая и изобразительные семиотические систем
16. Три базовые для семиотики типа знаковых.
17. Модели соединения вербального текста и изображений в логотипе.

### 3.5. Тематический план лабораторных работ

«Данный вид работы не предусмотрен учебным планом».

### 3.6. Курсовой проект /курсовая работа

«Данный вид работы не предусмотрен учебным планом».

## 4. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
УК-5	УК-5.3	знать:				
		Знает правила уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и	Отлично знает правила уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте	Хорошо знает правила уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте	Посредственно знает правила уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте	Не знает правила уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой

	культурных традиций мира (З1).	мировой истории и культурных традиций мира	мировой истории и культурных традиций мира	мировой истории и культурных традиций мира	истории и культурных традиций мира
	уметь:				
	умеет применять правила уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира (У1).	Отлично умеет применять правила уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	Хорошо умеет применять правила уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	Посредственно умеет применять правила уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	Не умеет применять правила уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира
	владеть:				
	Владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов	Отлично владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов	Хорошо владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов	Посредственно владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов	Не владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов

		историческо го развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира (В1).	этапов историческо го развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	этапов историческо го развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	этапов историческо го развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	историческог о развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира
--	--	---	---	---	---	---

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины.

Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре разработчика.

## **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **5.1. Учебно-методическое обеспечение**

#### **5.1.1. Основная литература**

1. Семиотика рекламы : учебное пособие / Е. А. Елина. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 137 с. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/57150.html>. - ISBN 978-5-394-01760-5. - Текст : электронный.
2. Карасев, О. В., Семиотика. Краткая история становления : учебное пособие / О. В. Карасев. — Москва : КноРус, 2022. — 136 с. — ISBN 978-5-406-08900-2. — URL: <https://book.ru/book/948813> — Текст : электронный.

#### **5.1.2. Дополнительная литература**

1. Рекламное дело : курс лекций / Н. Н. Овчинникова. - Москва : Эксмо, 2010. - 334 с. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/1117.html>. - ISBN 978-5-699-40887-0. - Текст : электронный.
2. Семиотика : учебное пособие / Э. А. Тайсина. - Казань : КГЭУ, 2019. - 140 с., 1282 Кб. - URL: [https://lib.kgeu.ru/irbis64r\\_plus/index.html](https://lib.kgeu.ru/irbis64r_plus/index.html). - Б. ц. - Текст : электронный.
3. Костина, А. В., Основы рекламы : учебное пособие / А. В. Костина, О. И. Карпухин, Э. Ф. Макаревич. — Москва : КноРус, 2022. — 401 с. — ISBN 978-5-406-10019-6. — URL: <https://book.ru/book/944600>. — Текст : электронный.

### **5.2. Информационное обеспечение**

#### **5.2.1. Электронные и интернет-ресурсы**

1. КОД: задачи по логике <https://thecode.media/be-logic/>
2. Энциклопедии, словари, справочники <http://www.rubricon.com>
3. Гуманитарный портал <https://gtmarket.ru/concepts/6892>



### 5.2.2. Профессиональные базы данных / Информационно-справочные системы

1	Официальный интернет-портал правовой информации	<a href="http://pravo.gov.ru">http://pravo.gov.ru</a>
2	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	<a href="http://consultant.ru">http://consultant.ru</a>
3	Справочно-правовая система по законодательству РФ	<a href="http://garant.ru">http://garant.ru</a>
4	Научная электронная библиотека	<a href="http://elibrary.ru/">http://elibrary.ru/</a>
5	Российская государственная библиотека	<a href="http://www.rsl.ru/">http://www.rsl.ru/</a>
6	Образовательный портал	<a href="http://www.ucheba.com/">http://www.ucheba.com/</a>

### 5.2.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

Windows 7 Профессиональная (Starter)	Пользовательская операционная система	ЗАО "СофтЛайнТрейд" №2011.25486 от 28.11.2011 Неискл. право. Бессрочно
Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+	Пакет программных продуктов содержащий в себе необходимые офисные программы	ЗАО "СофтЛайнТрейд"
Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет (включая русскоязычный интернет).	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
Adobe Acrobat	Пакет программ для создания и просмотра файлов формата PDF	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно
LMS Moodle	ПО для эффективного онлайн- взаимодействия преподавателя и студента	Свободная лицензия Неискл. право. Бессрочно

## 6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование вида учебной работы	Наименование учебной аудитории, специализированной лаборатории	Перечень необходимого оборудования и технических средств обучения
Лекции	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), демонстрационное оборудование

Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивиду-альных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран) и др.
Самостоятельная работа	Компьютерный класс с выходом в Интернет В-600а	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест, 30 компьютеров, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение
	Читальный зал библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, экран, мультимедийный проектор, программное обеспечение

## 7. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета [www/kgeu.ru](http://www/kgeu.ru). Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение

существенных признаков предметов и явлений;

- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;

- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;

- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

## **8. Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися.**

Методическое обеспечение процесса воспитания обучающихся выступает одним из определяющих факторов высокого качества образования. Преподаватель вуза, демонстрируя высокий профессионализм, эрудицию, четкую гражданскую позицию, самодисциплину, творческий подход в решении профессиональных задач, в ходе образовательного процесса способствует формированию гармоничной личности.

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

- методы формирования сознания личности (беседа, диспут, внушение, инструктаж, контроль, объяснение, пример, самоконтроль, рассказ, совет, убеждение и др.);

- методы организации деятельности и формирования опыта поведения (задание, общественное мнение, педагогическое требование, поручение, приучение, создание воспитывающих ситуаций, тренинг, упражнение, и др.);

- методы мотивации деятельности и поведения (одобрение, поощрение социальной активности, порицание, создание ситуаций успеха, создание ситуаций для эмоционально-нравственных переживаний, соревнование и др.)

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

*Гражданское и патриотическое воспитание:*

- формирование у обучающихся целостного мировоззрения, российской идентичности, уважения к своей семье, обществу, государству, принятым в семье и обществе духовно-нравственным и социокультурным ценностям, к национальному, культурному и историческому наследию, формирование стремления к его сохранению и развитию;

- формирование у обучающихся активной гражданской позиции, основанной на традиционных культурных, духовных и нравственных ценностях российского общества, для повышения способности ответственно реализовывать свои конституционные права и обязанности;

- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;

- формирование мотивов, нравственных и смысловых установок личности, позволяющих противостоять экстремизму, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, межэтнической и межконфессиональной нетерпимости, другим негативным социальным явлениям.

*Духовно-нравственное воспитание:*

- воспитание чувства достоинства, чести и честности, совестливости, уважения к родителям, учителям, людям старшего поколения;

- формирование принципов коллективизма и солидарности, духа милосердия и сострадания, привычки заботиться о людях, находящихся в трудной жизненной ситуации;

- формирование солидарности и чувства социальной ответственности по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья, преодоление психологических барьеров по отношению к людям с ограниченными возможностями;

- формирование эмоционально насыщенного и духовно возвышенного отношения к миру, способности и умения передавать другим свой эстетический опыт.

*Культурно-просветительское воспитание:*

- формирование эстетической картины мира;

- формирование уважения к культурным ценностям родного города, края, страны;

- повышение познавательной активности обучающихся.

*Научно-образовательное воспитание:*

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;

- формирование умения получать знания;

- формирование навыков анализа и синтеза информации, в том числе в профессиональной области.

**Вносимые изменения и утверждения на новый учебный год**

№ П/П	№ раздела внесения изменений	Дата внесения изменений	Содержание изменений	«Согласовано» Зав. каф. реализующей дисциплину	«Согласовано» председатель УМК института (факультета), в состав которого входит выпускающая
1	2	3	4	5	6
1					
2					
3					

*Приложение к рабочей  
программе дисциплины*



**КГЭУ**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
по дисциплине**

**Б1.В.01 Семиотика рекламы**

---

г. Казань, 2023

Оценочные материалы по дисциплине, предназначены для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенций.

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

### 1. Технологическая карта

Семестр 5

Наименование раздела	Формы и вид контроля	Рейтинговые показатели							
		I текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК1	II текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК2	III текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК3	Итого	Промежуточная аттестация
<b>Раздел 1. Знаки, их сущность и свойства</b>	<b>ТК1</b>	<b>15</b>	<b>0-15</b>					<b>15-30</b>	<b>15-30</b>
Доклад, сообщение		10	0-15						
Коллоквиум		5							
<b>Раздел 2. Семиотический анализ рекламного сообщения</b>	<b>ТК2</b>			<b>15</b>	<b>0-15</b>			<b>15-30</b>	<b>15-30</b>
Доклад, сообщение				10	0-15				
Коллоквиум				5					
<b>Раздел 3. Реклама как креолизованный текст</b>	<b>ТК3</b>					<b>25</b>	<b>0-15</b>	<b>25-40</b>	<b>25-40</b>
Доклад, сообщение						10	0-15		
Коллоквиум						5			
<b>Промежуточная аттестация (зачет)</b>	<b>ОМ</b>								<b>0-45</b>
Устный опрос									0-45

### 2. Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
Шкала оценивания						
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
УК-5	УК-	знать:				





	культурных традиций мира (У1).	истории и культурных традиций мира	истории и культурных традиций мира	культурных традиций мира	культурных традиций мира
	владеть:				
	Владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира (В1).	Отлично владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	Хорошо владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	Посредственно владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира	Не владеет навыками уважительно го отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира

Оценка **«отлично»** выставляется за полные ответы на вопросы коллоквиума и содержательные и корректные доклады;

Оценка **«хорошо»** выставляется за выборочно полные ответы на вопросы коллоквиума и относительно корректные доклады;

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за относительно полные ответы на вопросы коллоквиума;

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за слабые и неполные ответы на вопросы коллоквиума.

### 3. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Описание оценочного средства
Коллоквиум (К)	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися	Вопросы по темам / разделам дисциплины
Доклад (Дкл), сообщение (Сбщ)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений

#### **4. Перечень контрольных заданий или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины**

*Пример задания*

**Для текущего контроля ТК1:**

Проверяемая компетенция: УК-5.3

Темы докладов, сообщений

1. Роль и значение семиотики как науки
2. Жизнь и научная биография ученого-семиотика (персоналия выбирается по желанию студента)
3. Вклад русской формальной школы в семиотику и современную науку
4. Семиотика и структурализм
5. Вклад тартуско-московской школы в семиотику и современную науку
6. Концепции знака в семиотике
7. Роль различных знаков в рекламе и PR
8. Интертекст в рекламе и PR
9. Концепции мифа в гуманитарных науках
10. Современный миф в понимании Е. Мелетинского и Р. Барта
11. Структура волшебной сказки в работах В. Проппа
12. Семантика и прагматика использования сюжета волшебной сказки в рекламе и PR
13. Приемы сакрализации в рекламе и PR
14. Концепция симулякра Ж.Бодрийера
15. Реклама и PR в обществе потребления

**Вопросы для коллоквиума:**

- 1) Как зафиксировать свое восприятие рекламного текста, его стиля?
- 2) Как можно проанализировать систему значений и ценностей, эксплуатируемую в данном рекламном тексте?
- 3) Как происходит репрезентация окружающего мира и человека в сообщении?
- 4) Что является источником авторитетности данного текста?
- 5) Какие используются визуальные и вербальные средства конструирования дистанции между рекламой и потребителем?

**Для текущего контроля ТК2:**

Проверяемая компетенция: УК-5.3

Темы докладов, сообщений

1. Что такое семиотика?

2. На какие разделы делится семиотика?
3. Какие классификации знаков существуют?
4. Кого из ученых можно назвать основателями семиотики?
5. Обозначьте этапы развития семиотики? Аргументируйте принципы периодизации развития семиотики.
6. Что такое знак? Какие виды знаков существуют?
7. Что такое план выражения и план содержания знака?
8. Что такое знаковая ситуация? Из каких составляющих она состоит?
9. В чем различие между языком, кодом, субкодом и S-кодом?
10. В чем различие между общей семиотикой, частной семиотикой и абстрактной семиотикой?
11. Охарактеризуйте особенности имманентного, интертекстуального и семигонического анализов?
12. Что такое интертекст?
13. В чем различие между фенотекстом и генотекстом?
14. Чем занимается семиотика?
15. Что не входит в традиционные разделы семиотики? 3. Что изучает лингвосемиотика?

#### Вопросы для коллоквиума:

- 1) Чем достигается "реальность" и "достоверность" рекламного текста?
- 2) Что представляется текстом как реальность?
- 3) Каков статус изображения (характер изображения (рисунок/фото, однородность/монтаж) и вербального ряда (использование социолектов) с точки зрения оппозиции вымысел/претензия на отображение реальности"?
- 4) Какие средства используются для создания ощущения "достоверности апелляции к науке (схемы, диаграммы, термины), эстетические средства (изображение "сил природы", заключенных в продукте, человеческих потребностей и желаний и т.д.)?
- 5) Какие из типов знаков присутствуют в рекламном тексте?

#### Для текущего контроля ТКЗ:

Проверяемая компетенция: УК-5.3

#### Темы докладов, сообщений

1. Семиотика как наука о знаках.
2. Рассмотрение семиотики как науки с точки зрения объекта, субъекта и метода.
3. Общая, частная и абстрактная семиотика.
4. Кто является создателем коллективной рефлексологии, которую относят к одному из источников семиотических исследований культуры и поведения?
5. Что такое план выражения и план содержания знака?
6. Что такое знаковая ситуация? Из каких составляющих она состоит?
7. В чем различие между языком, кодом, субкодом и S-кодом?
8. В чем различие между общей семиотикой, частной семиотикой и абстрактной семиотикой?
9. Какова суть семиотических идей Ч. Пирса?
10. Какова суть семиотических идей У. Морриса?
11. Какова суть семиотических идей Ф. де Соссюра?
12. Определите роль и значение интертекста в рекламе и PR.
13. Назовите виды знаков, используемые в рекламе и PR.
14. Какова роль рекламы и PR в обществе потребления?
15. Семиотические идеи Ч. Пирса.

#### Вопросы для коллоквиума:

- 1) Какие коды задействованы в рекламном тексте?
- 2) Приведите примеры культурных кодов, используемых в рекламе.
- 3) В чем заключается понятие и предмет семиотики?
- 4) Что такое "текст" как семиотическое явление? Каковы его отличительные признаки (по Э. Бенвенисту)?
- 5) Что такое знак в семиотике? Дать общее представление о знаке.

### **Для промежуточной аттестации:**

#### **Перечень вопросов:**

1. Что называется первичными и вторичными моделирующими системами?
2. Что называется интерпретацией текста? В чем ее сущность? В чем отличие интерпретации от понимания?
3. Что стоит за понятиями "буквальное значение" и "очевидный смысл"?
4. Проинтерпретируйте какой-либо рекламный текст, используя понятия "буквальное значение", "множественность смыслов", "грань понимания".
5. Что называется знаком? Дайте определение и характеристики знака.
6. Каковы три важных аспекта любого знака?
7. Охарактеризуйте свойства знака, приведите примеры.
8. Что называется денотатом, формой и значением? Объясните связь и взаимоотношение этих семиотических понятий.
9. Дайте классификацию знаков (по Ч. Пирсу), определите отличие типов знаков друг от друга.
10. Приведите и объясните схемы на каждый тип знаков
11. Понятие знака. План выражения и план содержания знака.
12. Знаковая ситуация и ее составляющие.
13. Код, S-код, семиозис, генотекст, фенотекст.
14. Понятие литературы с точки зрения семиотики.
15. Текст и произведение.
16. Поэтика текста, уровни текста.
17. Точка зрения в рекламном и PR-текстах.
18. Миф и сказка в рекламе и PR.
19. Семиотика иконы в рекламном и PR-текстах.
20. Понятие монтажа как основного композиционного принципа видео текста.
21. Семиотика цвета в рекламном и PR текстах.
22. Роль и значение интертекста в рекламе и PR.
23. 23.Виды знаков, используемых в рекламе и PR.
24. Роль рекламы и PR в обществе потребления.

## **Рецензия на рабочую программу и оценочные материалы по дисциплине «Семиотика рекламы»**

Содержание РПД и ОМ соответствует требованиям федерального государственного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и учебному плану.

РПД и ОМ соответствуют требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию РПД и ОМ по дисциплине, а именно:

1. Перечень формируемых компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения дисциплины, соответствует ФГОС ВО и профстандарту, будущей профессиональной деятельности выпускника.

2. Структура и содержание дисциплины соответствует учебному плану.

3. РПД содержит информацию об учебно-методическом, информационном и материально-техническом обеспечении дисциплины; об особенностях организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов и методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися.

2. Показатели и критерии оценивания компетенций в ОМ, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результаты обучения, уровней сформированности компетенций.

3. Контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности, а также соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, полноте по количественному составу оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.

5. Направленность РПД и ОМ по дисциплине соответствует целям ОП по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профстандартам.

**Заключение.** На основании проведенной экспертизы можно сделать заключение, что РПД и ОМ по дисциплине соответствует требованиям ФГОС ВО, профессионального стандарта, современным требованиям рынка труда и рекомендуются для использования в учебном процессе.

Рецензент

---

(Фамилия И.О., место работы, должность, ученая степень)

личная подпись

Дата \_\_\_\_\_