



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет иностранных языков

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Язык рекламы

Кафедра английской филологии

**Образовательная программа
45.03.01 Филология**

Профиль подготовки: **Зарубежная филология**

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

Статус дисциплины: *вариативная, по выбору*

Махачкала, 2020

Рабочая программа дисциплины «**Язык рекламы**» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 45.03.01 Филология (уровень бакалавриата) № 947 от «07» августа 2014

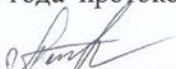
Разработчики: ст. преподаватель Рагимханова Т.И.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры английской филологии от «10» марта 2020 года, протокол № 6

Зав. кафедрой английской филологии  Кадачиева Х.М.
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета иностранных языков от «10» марта 2020 года протокол № 4

Председатель  Хайбулаева А.М.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим

управлением « 23 » марта 2020 г. 
(подпись)

Рабочая программа дисциплины «**Язык рекламы**» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 45.03.01 Филология (уровень бакалавриата) № 947 от «07» августа 2014

Разработчики: ст. преподаватель Рагимханова Т.И.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры английской филологии от «10» марта 2020 года, протокол № 6

Зав. кафедрой английской филологии _____ Кадачиева Х.М.
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета иностранных языков от «10» марта 2020 года протокол № 4

Председатель _____ Хайбулаева А.М.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим

управлением « ____ » _____ 2020 г. _____
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Язык рекламы» входит в вариативную по выбору часть образовательной программы бакалавриата ФГОС ВО по направлению 45.03.01 Филология (Зарубежная филология).

Дисциплина реализуется на факультете иностранных языков кафедрой английской филологии.

Основной задачей преподавания языка на 4 курсе является закрепление и расширение знаний, полученных на предыдущих этапах обучения. Студенты должны продемонстрировать свободное владение английским языком, освещая разнообразные вопросы, умение правильно синтаксически и стилистически организовывать свою речь и способность выступать публично с лекциями и сообщениями.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: (ОПК-5, ПК-8).

Преподавание дисциплины предусматривает активные и интерактивные формы проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Проведение следующих видов учебных занятий: открытые занятия, уроки мастер-класса, ролевые игры, проектная методика, «круглый стол», телепередачи, презентации, «телемост» и т.д. с использованием аутентичных аудио-, видео- и компьютерных материалов.

Вся аудиторная работа находится в тесной взаимосвязи с внеаудиторной работой студентов с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: *тест, контрольная работа, коллоквиум и пр., а также промежуточный контроль в форме зачета в 7 семестре.*

Объем дисциплины – 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 72 часа

Семес тр	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации экзамен	
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе экзамен		
	Все го	из них						
Лекц ии		Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия	КСР	консульт ации			
8	72			18			54	8 сем - зачет

1. Цели освоения дисциплины.

Дисциплина «Язык рекламы» – одна из важнейших дисциплин, призванных обеспечить общетеоретическую подготовку бакалавров по направлению подготовки 45.03.01 Филология (Зарубежная филология). Основной задачей преподавания языка на 4 курсе является закрепление и расширение знаний, полученных на предыдущих этапах обучения. Студенты должны продемонстрировать свободное владение английским языком, освещая разнообразные вопросы, умение правильно синтаксически и стилистически организовывать свою речь и способность выступать публично с лекциями и сообщениями.

Работа над совершенствованием языка ведется как на материале письменных работ, так и устно с последующим комментированием, обсуждением и работой над типичными и индивидуальными ошибками. При отборе методического материала особое внимание следует уделить эффективным приемам активного обучения, а также достижениям современных методик: коммуникативного и интенсивного обучения, игрового

моделирования.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Язык рекламы» входит в вариативную по выбору часть образовательной программы бакалавриата ФГОС ВО по направлению 45.03.01 Филология (Зарубежная филология).

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у учащихся в результате обучения в средней общеобразовательной школе и в результате освоения дисциплин ОПОП бакалавра «Лингвострановедение», «Практический курс английского языка», «Практикум по культуре речи английского языка», «Функциональная грамматика английского языка», «Стилистика», «Лексикология английского языка».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ОПК-5	свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке (ОПК-5);	Знает: фонетические, лексические и грамматические средства изучаемого языка в объеме, обеспечивающем коммуникацию на знакомые и бытовые темы. Умеет: участвовать в коммуникации с собеседником в рамках усвоенных тем. Владеет: навыками восприятия медленной и отчетливой речи собеседника, чтения и понимания письменного текста в рамках усвоенных тем.
ПК-8	владение базовыми навыками создания на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов (ПК-8);	Знает: основные понятия теории английского языка. Умеет: применять полученные знания при изучении других филологических дисциплин, выделять конкретное языковое содержание в прикладных задачах профессиональной деятельности. Владеет: навыками анализа лингвистического материала.

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Раздел дисциплины	семестр	Неделя	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям) семестра)	Форма промежу- точной аттестации (по семестрам)
				ЛЗ	ПЗ	ПК	СР		
1	Модуль 1.	8				КСР			
	The structure of advertising text and its kinds and functions				8		28	Устный опрос, письменный опрос, реферат	
	<i>Итого за модуль 1</i>	36			8		28		Модульный тест №1
2	Модуль 2.								
	Manipulative effect of advertising texts				10		26	Устный опрос, письменный опрос, реферат,	
	<i>Итого за модуль 2</i>	36			10		26		модульный тест №2
	Всего	72			18		54		Зачет

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Содержание тем практических занятий

Модуль 1.

The structure of advertising text and its kinds and functions

Целью данного модуля является овладение студентами знаниями об основных понятиях рекламного текста, его структуре, видах и функциях. Знать отличия и особенности рекламных текстов на телевидении, радио, в печати, Интернете, целей различных рекламных текстов, их роли в общественной жизни.

Студенты изучают особенности рекламного текста, его стилеобразующие черты, структуру рекламного текста, грамматические и стилистические особенности английских слоганов и заголовков, фото, ключевую лексику, изучают структуру рекламных текстов.

В рамках данного модуля студенты изучают такие темы как: структура рекламы, эффективность рекламного текста, виды и функции рекламы. Студенты знакомятся с ключевой лексикой по данным темам, статьями, учатся использовать пройденный материал в ролевых играх, ток-шоу, пресс-конференциях, самостоятельно подготовленных программах на определенные темы.

Модуль 2.

Manipulative effect of advertising texts.

Тематика данного модуля включает изучение следующих тем: оценочные средства в рекламе, виды воздействия рекламных текстов, виды политической рекламы, методы внушения.

Студенты работают над русскими статьями по данной тематике, знакомятся с

оригинальными концепциями и взглядами на проблему, а также с категориями и терминами, используемыми в данной области.

В рамках данного модуля студенты углубляют свои знания и навыки реферирования, навыки последовательного перевода, знакомятся с ключевой лексикой по теме и учатся использовать ее в свободных беседах и дискуссиях.

5. Образовательные технологии

В рамках дисциплины «Язык рекламы» предусмотрено проведение практических занятий. В процессе обучения студентов данной дисциплины можно проводить тесты, коллоквиумы, презентацию проектов по отдельным темам, что позволит интенсифицировать процесс обучения.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО, при обучении данному курсу, предусматриваются следующие активные и интерактивные формы проведения занятий: открытые занятия, уроки мастер-класса, ролевые игры, проектная методика, «круглый стол», телепередачи, презентации, «телемост» и т.д. с использованием аутентичных аудио-, видео- и компьютерных материалов.

Вся аудиторная работа находится в тесной взаимосвязи с внеаудиторной работой студентов с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Особое место в освоении данной дисциплины занимает самостоятельная работа студентов (СРС) общим объемом 52 часов.

Самостоятельная работа студентов предполагает:

изучение учебной литературы по предлагаемым проблемам с последующим их обсуждением на практических занятиях;

выполнение практических заданий, упражнений для самоконтроля, представленных в данной рабочей программе, обеспечивающих закрепление и углубление знаний, полученных на практических занятиях и в результате самостоятельной работы с литературой; подготовка презентаций

Указанные виды учебной деятельности обеспечивают интеграцию аудиторной и самостоятельной работы.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ПООП (при наличии))	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения

ОПК-5	свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке (ОПК-5);	Владеет: основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на английском языке.	Круглый стол, Мини-конференция
ПК – 8	владение базовыми навыками создания на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов (ПК-8);	Владеет: базовыми навыками создания на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов	Письменный опрос, Круглый стол, Презентация.

7.2. Типовые контрольные задания

Примеры вопросов для зачета

1. What is the main idea of the advertising text?
2. What is the manipulative effect of the advertisement?
3. What are the main expressive means in the text of advertisement?
4. Do you find the information given in the advertisement believable and relevant (up-to-date, objective etc.)?

Test

I. Spell out what the abbreviations below mean. (15 points)

AIDA, AAAA, AIDCAS, AIDMA, ACCA.

II. Analyze the structure and name the kind of advertising slogan (5 points):

«When quality counts, there is no compromise», «Make luxury your style - stay at the Metropol», «It's a Sony», «Sharp minds, sharp products «Feel the same», «I'm lovin' it!»

III. Define the style of these advertising texts (5 points):

1. M' is for moments you'll never forget? For days marvelous with flowers and laughter.
For nights magical with means and old promises. 'M' Fragrances by Henry C. Miner.
It's Magic;
2. Earl Grey Tea Reminiscent of the warm nature Scents of a far-away summer evening
With a tantalizing taste and delicately Scented in a secret way described by A Chinese
mandarin many years ago.

IV. Who is the target reader of the following advertisement (5 points)?

“Inside this jar you’ll find a radiantly glowing skin, naturally-blushed cheeks, wondrous eyes and color-kissed lips. Suddenly your skin has a radiant sun-kissed glow.”

V. What stylistic devices are used in the following advertisements (10 points):

1. «Now, all the luxury, all the length, all the care your lashes really need. Every stroke of the lash elongator Brush Lengthens lashes luxuriously».
2. «Know music. Know the beat»
3. «Funny when this time comes around, the kids want to stay around» (IBM).
4. Can we get dynamic Internet access? Can users navigate quickly, intuitively? Can we get secure access worldwide
5. «Try. You will know how a real tiger roar. Rrrrrrrr...».
6. Ford. Designed for living. Engineered to last.
7. Take Toshiba, Take the World.
8. Isn't it time for a real car?
9. The best part of wakin' up ... is Folgers in your cup.
10. Looks ugly. Tastes great.

VI. Why are the words given below the most popular in the English advertising texts (5 points)?

Now	Amazing	Suddenly	Announcing	Introducing	It
is here	Improved	Revolutionary	Just		
arrived	Important	Development			

VII. Translate into Russian these ads with pun (10 points):

“For some the essence is to see, for others to see the essence”
Maybe she’s born with it, Maybe it’s Maybelline

VIII. Explain the effect of the stylistic devices given in the pictures below (15 points):



One hand towel
used multiple times.

A single towel
used just once.

Introducing new Kleenex® hand towels. Because your hands are only as clean as the towel used to dry them.
A CLEAN, FRESH TOWEL EVERY TIME.

© 2013 Kimberly-Clark Corporation. All rights reserved. Kleenex is a registered trademark of Kimberly-Clark Corporation. www.kleenex.com www.journal-pharmazie.it



Small price.
Big cheese-eating grin.

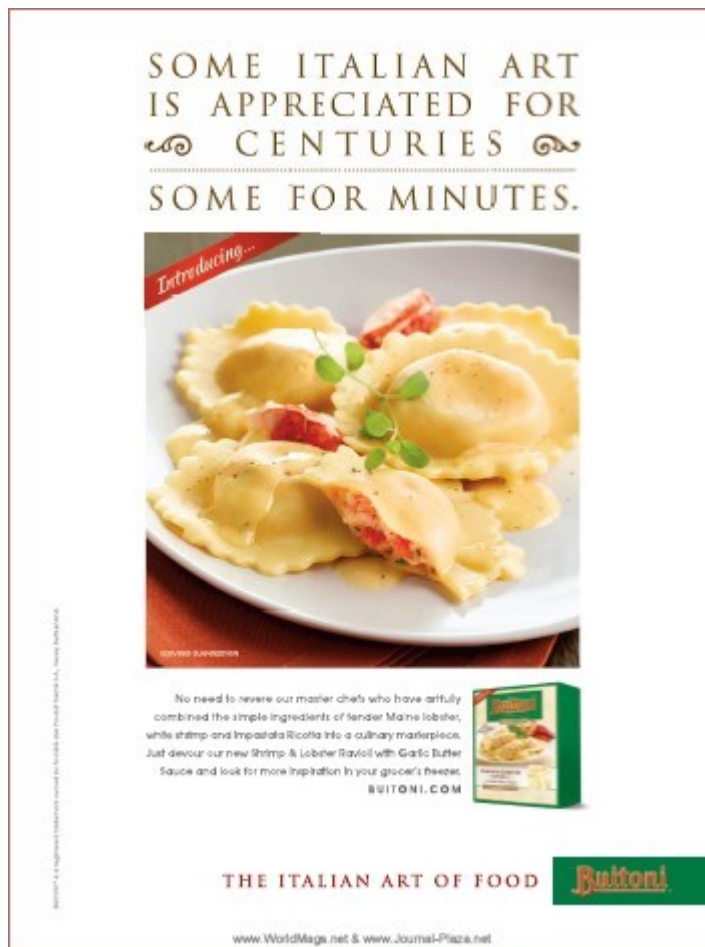


EVERYONE LOVES KRAFT MAC AND CHEESE. AND FOR ABOUT A DOLLAR A BOX, YOU'LL LOVE IT EVEN MORE.

thecheesestack.com



The power of a laptop.
The functionality of a tablet.



IX. Explain the meaning of the words and word combinations given below. (15 points)

chain break, handbill, hitchhike, housewife times, hype, fringe time, sandwich man, slogan, sleeper, promotion, prime-time, poster, pilot film, publicity, public relations, message, media unit, kit, media advertising, copyright, clip, booklet, brand, banner, advertisement, advertising, advertiser.

X. Read the advertisement (15points).

- Make up at least five questions to the advertisement.
- Write a phrase or a statement identifying the issue of the ad.

WHY HAS A COUNTRY THIS SIZE 0 ATTRACTED 4 OF THE WORLD'S TOP 5
COMPUTER COMPANIES?

It might not stand out on a map, but Scotland has made a big impression on the world of business and commerce. Over 600 international companies - in sectors ranging from biotechnology and electronics to software and internationally traded services - are already benefiting from Scotland's skilled workforce, highly developed

infrastructure and one of Europe's most cost competitive operating environments. “Locate in Scotland” provides a one stop service, offering expert advice and solutions to all prospective investors. If you would like to know how your business could benefit from expanding into Scotland, please contact us today.) After all, 4 out of 5 world class companies can't be wrong. Locate in Scotland

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 70 % и промежуточного контроля – 30 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий – 10 баллов,
- участие на практических занятиях – 50 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ – 40 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- письменная контрольная работа - 50 баллов,
- тестирование - 50 баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

А) Основная литература

1. Заeko О.В. Английский язык в рекламе. Уровни Preintermediate, Intermediate [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О.В. Заeko. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2016. — 49 с. — 978-5-906822-73-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74689.html>
2. Зайцева, Л.А. Английский язык в рекламе: учебное пособие / Л.А.Зайцева. - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2012. - 57 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103498> (17.03.2017).
3. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учебное пособие / В.Е.Чернявская. - М.: Директ-Медиа, 2014. - 185с. [Электронный ресурс] - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=226756> (17.03.2017).
4. Стернин, И.А. Основы речевого воздействия: учебное пособие / И.А. Стернин. - 3-е изд., стер. - М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 289 с.: [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375253> (16.03.2017).
5. Россихина, Ольга Глебова. A CamerawithitsShutterOpen: учеб.пособие / Россихина, Ольга Глебова, Л. В. Коколина. - М.: Кнорус, 2016. - 287-64.

Б) дополнительная литература

1. Ромат, Евгений Викторович. Реклама: [учеб. пособие] / Ромат, Евгений Викторович. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2009. - 207 с.
2. Уэллс, Уильям. Реклама: принципы и практика: Пер. с англ. / Уэллс, Уильям; Д.Бернет, С.Мориарти. - Изд. 2-е, испр. - СПб.: Питер, 2001. - 735 с.
3. Гольман, Иосиф Абрамович. Реклама плюс. Реклама минус - 2 : учеб.пособие для вузов / Гольман, Иосиф Абрамович. - М.: Гелла-принт, 2000. - 279 с.

В) программное и коммуникационное обеспечение

1. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность. Конспект лекций. (Пос. для подг. к экзам.) 2005, 96с.
2. Антипов К.В. Основы рекламы Учебник. — М.: Дашков и Ко, 2009. — 328 с

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

Интернет-сайты

1. Наука о рекламе. Книги по рекламе, маркетингу, PR и дизайну <http://www.advertology.ru>
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ <http://gendocs.ru>
3. Образовательный сайт для изучающих английский язык [VOA Learning English http://learningenglish.voanews.com/media/all/learning-english-tv/latest.html?z=3613](http://learningenglish.voanews.com/media/all/learning-english-tv/latest.html?z=3613)
4. The Washington post (крупнейший англоязычный новостной сайт) www.washingtonpost.com \
5. British Council (образовательный сайт для студентов и преподавателей английского языка) <http://learnenglish.britishcouncil.org/en/listen-and-watch>
6. \Cambridge English (сайт издательства Cambridge для учителей английского языка) <http://www.cambridgeenglish.org/learning-english/>
7. Perfect English grammar (сайт для развития грамматических навыков) <http://www.perfect-english-grammar.com/learning-english.html>
8. Примеры рекламы на английском языке <http://www.funniest-commercials.net/2014/05/unbelievable-bus-shelter-cool-pepsis.htm>
9. Безэквивалентные реалии в английских рекламных текстах <http://www.study-english.info/article029.php>
10. Обучающий текст с аудио «Реклама на английском языке» <http://lengish.com/media/audioarticles+with+translation-33.html>
11. Рекламные видеоролики на английском языке <http://englishon-line.ru/reklama-na-angliiskom.html>

10. Методические указания по освоению дисциплины

Успешное усвоение дисциплины не только зависит от профессионального мастерства преподавателя, но и от умения студентов понять и принять задачи и содержания учебного предмета. В качестве важного компонента обучения иностранным языкам выделяются умения, необходимые для успешной учебной деятельности. Данные умения можно развивать самостоятельно и с помощью преподавателя.

Условно умения можно разделить на три группы:

- умения, связанные с интеллектуальными процессами,
- умения, связанные с организацией учебной деятельности и ее корреляции,
- умения компенсационные или адаптивные.

К умениям, связанным с интеллектуальными процессами, относятся следующие:

- наблюдать за тем или иным языковым явлением в иностранном языке, сравнивать и сопоставлять языковые явления в иностранном языке и родном;
- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать - информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентировать развернутые сообщения типа доклада.

К умениям, связанным с организацией учебной деятельности и ее корреляции относятся:

- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;

- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам.

Компенсационные или адаптивные умения позволяют:

- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, "словотворчество";
- повторить или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений);
- перевести разговор на другую тему.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

При проведении занятий по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения **MicrosoftPowerPoint**. На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения **MicrosoftPowerPoint**, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

Информационные справочные системы

В ходе реализации целей и задач учебной практики обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Для обеспечения доступа к современным профессиональным базам данных имеются компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура, проектор, доступ к сети Интернет.

На кафедре имеется следующее *материально-техническое обеспечение*, способствующее повышению эффективности образовательного процесса и позволяющее в полной мере соответствовать современным тенденциям процесса обучения:

1. Лингафонный кабинет
2. Оргтехника и мультимедийное оснащение

3. Интерактивная доска