

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра _____русской словесности и межкультурной коммуникации_____

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

_____Риторика рекламы_____

Направление подготовки _____45.03.01_Филология_____

(код, уровень и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) ____Прикладная филология_____

(наименование ОПОП)

Квалификация выпускника ____бакалавр_____

Форма обучения _____очная_____

Разработчик:

В.А. Гапутина, кандидат филологических наук, доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является знакомство с основными риторическими принципами построения рекламного текста.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 45.03.01 Филология, дисциплина «Риторика рекламы» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и входит в комплект дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.02).

Для освоения данного курса студент должен иметь представления о языковой системе, о функционально-стилевом расслоении русского литературного языка, а также о классическом риторическом каноне.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		Знать	уметь	Владеть
ОПК-4-способен осуществлять на базовом уровне сбор и анализ языковых и литературных фактов, филологический анализ и интерпретацию текста;	ОПК-4.2	знать основные понятия и категории филологического анализа текста	уметь анализировать тексты разной степени сложности	владеть приемами и спецификой филологического анализа текста
	ОПК-4.3	знать основные термины в области текстологии и жанроведения	уметь интерпретировать тексты разных типов и жанров на основе существующих методик	владеть основными существующими методиками интерпретации текстов разных типов и жанров
ПК-1-владеет технологиями сбора, подготовки и представления общественно актуальной информации через СМИ; базовыми навыками создания на основе стандартных методик различных типов текстов (журналистских, рекламных, в том числе текстов для социальных сетей) в соответствии с нормативными, отраслевыми, жанровыми и стилиевыми требованиями	ПК-1.1	знать характеристики основных жанров журналистских и рекламных текстов, требования к работе журналиста,	уметь находить, обрабатывать и представлять общественно значимую информацию	владеть представлением о сфере PR и рекламы, навыками фактчекинга
	ПК-1.2	знать основные жанры журналистских и рекламных текстов	уметь создавать журналистские и рекламные тексты разных жанров, в том числе для размещения на веб-сайтах и в соцсетях в соответствии с нормативными, отраслевыми, жанровыми и стилиевыми требованиями	владеть основами стандартных методик создания журналистских и рекламных текстов

	ПК-1.3	знать основные понятия и категории копирайтинга и креативного письма	уметь создавать креативные рекламные тексты, в том числе слоганы	владеть базовыми навыками копирайтинга и креативного письма
--	--------	--	--	---

4. Содержание дисциплины

1. Реклама как разновидность массовой коммуникации
2. Риторические закономерности в рекламном тексте
3. Реклама и риторический канон
4. Аргументация в рекламном тексте
5. Этика рекламы