



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ 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, 2017

Рабочая программа дисциплины «**Язык рекламы**» составлена в 2017 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 «26» января 2017 года, протокол № 6

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

на заседании Методической комиссии факультета иностранных языков от «20» февраля 2017 года, протокол № 6

Председатель  Дарбишева Х.А.  
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим

управлением «27» 03 2017 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

Семестр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Всего	из них						
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации		
8	72			18	2	52	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 ООП 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)

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
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);	<b>Знать:</b> фонетические, лексические и грамматические средства изучаемого языка в объеме, обеспечивающем коммуникацию на знакомые и бытовые темы. <b>Уметь:</b> участвовать в коммуникации с собеседником в рамках усвоенных тем. <b>Владеть:</b> 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);	<b>Знать:</b> основные понятия теории английского языка. <b>Уметь:</b> применять полученные знания при изучении других филологических дисциплин, выделять конкретное языковое содержание в прикладных задачах профессиональной деятельности. <b>Владеть:</b> 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 промежуточной аттестации (по семестрам)

				ЛЗ	ПЗ	ПК	СР		
1	Модуль 1.	<b>8</b>				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		24	Устный опрос, письменный опрос, реферат,	
	<i>Итого за модуль 2</i>	36			10		24		модульный тест №2
	Всего	72			18		52		Зачет

### 4.3. 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 углубить свои знания и навыки реферирования, навыки последовательного перевода, ознакомиться с ключевой лексикой по теме и научиться использовать ее в свободных беседах и дискуссиях.

### **5. Образовательные технологии**

Врамках дисциплины «Язык рекламы» предусмотрено проведение практических занятий. В процессе обучения студентов данной дисциплине 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.

### **6.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

<b>№ п/п</b>	<b>Виды и содержание самостоятельной работы</b>	<b>Вид контроля</b>	<b>Учебно-методическое обеспечение</b>
1.	Подготовка к практическим занятиям	Работа на практическом занятии	См. пункт 8. а
2.	Подготовка домашнего задания	Проверка домашнего задания преподавателем	См. пункт 8. а
3.	Подготовка заданий к case study	Проверка задания	См. пункт 8. а, б
4.	Выполнение tape script прослушанного текста	Проверка tape script преподавателем	См. пункт 9
5.	Написание newsreport	Проверка выполненного задания преподавателем	См. пункт 8. б
6.	Подготовка презентаций	Проверка выполненного задания преподавателем	См. пункт 8. б
7.	Выполнение заданий по прослушенным новостям	Проверка выполненного задания преподавателем	См. пункт 9 (Просмотр фильмов)
8.	Подготовка к контрольной работе	Тестирование	См. пункт 8 а
9.	Работа с аудио текстами	Фронтальный опрос	См. пункт 9 (Прослушивание аудиозаписей.)
10.	Подготовка к зачету	зачет	

### **6.2. Методические рекомендации**

При отборе методического материала преподавателям рекомендуется уделять внимание эффективным приемам активного обучения, а также достижениям современных методик (коммуникативного обучения, игрового моделирования).

Подбирая задания при работе с рекламным текстом преподаватель должен руководствоваться основной целью работы – максимально точное и адекватное понимание всего содержания текста с установкой на наблюдение за языковыми явлениями, нахождение логически законченных частей текста, умение их озаглавить, поставить ключевые вопросы к тексту, выделить главную проблему, дать детальный анализ оценочных средств, охарактеризовать экспрессивные средства, сделать лексико-грамматический анализ выделенных в тексте элементов.

Должное внимание необходимо также уделить формированию лексических навыков, которые предполагают соотнесение конкретных лексических единиц с другими в тематических и семантических группах, с синонимами и антонимами, четким определением значения лексических единиц, овладение правилами конкретного словообразования сочетания, умению выбора и употребления лексических единиц в тексте высказывания, в его грамматической и стилистической структуре.

При преподавании дисциплины преподаватель должен иметь в виду то, что самостоятельная работа студентов по иностранному языку является неотъемлемой составляющей процесса освоения программы обучения иностранному языку. Самостоятельная работа студентов охватывает все аспекты изучения иностранного языка, в значительной мере определяет результаты и качество освоения дисциплины «Язык рекламы». В связи с этим планирование, организация, выполнение и контроль самостоятельной работы студентов по иностранному языку приобретают особое значение и нуждаются в методическом руководстве и методическом обеспечении. Пакет заданий для самостоятельной работы следует выдавать в начале семестра, определив предельные сроки их выполнения и сдачи. Задания для самостоятельной работы желательно составлять из обязательной и факультативной частей.

При проведении аттестации студентов важно всегда помнить, что систематичность, объективность, аргументированность - главные принципы, на которых основаны контроль оценка знаний студентов. Проверка, контроль и оценка знаний студента, требуют учета его индивидуального стиля в осуществлении учебной деятельности. Знание критериев оценки знаний обязательно для преподавателя и студента.

## **7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.**

### **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.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура оценивания
ОПК-5	свободно владеть 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	владением базовыми навыками создания на основе стандартных	Письменный опрос, Круглый стол, Презентация.

	методик и действующих нормативов различных типов текстов	

## 7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

### ОПК-5

Схема оценки уровня формирования компетенции «свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на английском языке»

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на английском языке.	Слабо знает фонетические, лексические и грамматические средства изучаемого языка в объеме, обеспечивающем коммуникацию на знакомые и бытовые темы. Допускает серьезные ошибки при осуществлении коммуникации с собеседником в рамках усвоенных тем. Слабо, с большим количеством серьезных ошибок, владеет навыками восприятия медленной и отчетливой речи собеседника, чтения и понимания письменного текста в рамках усвоенных тем.	Достаточно хорошо знает фонетические, лексические и грамматические средства изучаемого языка в объеме, обеспечивающем коммуникацию на знакомые и бытовые темы. Способен в основном, с некоторыми ошибками, участвовать в коммуникации с собеседником в рамках усвоенных тем. В целом успешно, лишь с некоторыми ошибками, владеет навыками восприятия медленной и отчетливой речи собеседника, и понимания	Демонстрирует системные и уверенные знания фонетических, лексических и грамматических средств изучаемого языка в объеме, обеспечивающем коммуникацию на знакомые и бытовые темы. Способен свободно и уверенно участвовать в коммуникации с собеседником в рамках усвоенных тем. Свободно владеет навыками восприятия медленной и отчетливой речи собеседника, и понимания письменного текста в рамках



			письменного текста в рамках усвоенных тем.	усвоенных тем.
--	--	--	--------------------------------------------	----------------

### ПК-8

Схема оценки уровня формирования компетенции «владение базовыми навыками создания на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов (ПК-8);

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Пороговый	владение базовыми навыками создания на основе стандартных методик и действующих нормативов различных типов текстов	Демонстрирует общее представление о навыках создания различных типов текстов, делает ошибки	Знает лексико-грамматический материал, необходимый для общения в наиболее распространенных повседневных ситуациях Умеет применять некоторые полученные знания в различных видах деятельности Владеет некоторыми методами и приемами практической работы в области действующих методик и действующих нормативов	Умеет применять полученные знания в области английского языка, теории коммуникации и анализа текста в собственной профессиональной деятельности;

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительная оценки по дисциплине быть не может.

The following scoring rubric will be used to grade students.

CATEGORY	4	3	2	1
<b>FocusonTopic (Content)</b>	There is one clear, well-focused topic.	Main idea is clear but the supporting	Main idea is somewhat clear but there is a	The main idea is not clear. There is a

	Main idea stands out and is supported by detailed information.	information is general.	need for more supporting information.	seemingly random collection of information.
<b>Grammar&amp;Spelling (Conventions)</b>	Student makes no errors in grammar or spelling that distract the reader or listener from the content.	Student makes 1-2 errors in grammar or spelling that distract the reader r listener from the content.	Student makes 3-4 errors in grammar or spelling that distract the reader or listener from the content.	Student makes more than 4 errors in grammar or spelling that distract the reader or listener from the content.
<b>Flow&amp;Rhythm (SentenceFluency)</b>	All sentences sound natural. Each sentence is clear and has an obvious emphasis.	Almost all sentences sound natural, but 1 or 2 are stiff and awkward or difficult to understand.	Most sentences sound natural but several are stiff and awkward or are difficult to understand.	The sentences are difficult to understand because they sound awkward, are distractingly repetitive, or difficult to understand.
<b>SentenceStructure (SentenceFluency)</b>	All sentences are well-constructed with varied structure.	Most sentences are well-constructed with varied structure.	Most sentences are well-constructed but have a similar structure.	Sentences lack structure and appear incomplete or rambling.
<b>WordChoice</b>	Student uses vivid words and phrases that linger or draw pictures in the mind, and the choice and placement of the words seems accurate, natural and not forced.	Student uses vivid words and phrases that linger or draw pictures in the mind, but occasionally the words are used inaccurately or seem overdone.	Student uses words that communicate clearly, but the writing lacks variety, punch or flair.	Student uses a limited vocabulary that does not communicate strongly or capture interest.
<b>Sequencing (Organization)</b>	Details are placed in a logical order and the way they are	Details are placed in a logical order, but the way in which they are	Some details are not in a logical or expected order, and this	Many details are not in a logical or expected order. There is little

	presented effectively keeps the interest of the reader or listener.	presented /introduced sometimes makes the writing or speaking less interesting.	distracts the reader or listener.	sense that the writing or speaking is organized.
<b>Pacing (Organization)</b>	The pacing is well-controlled. The student knows when to slow down and elaborate, and when to pick up the pace and move on.	The pacing is generally well-controlled but the student occasionally does not elaborate enough.	The pacing is generally well-controlled but the student sometimes repeats the same point over and over, or spends too much time on details that don't matter.	The pacing often feels awkward to the reader or listener. The student elaborates when there is little need, and then leaves out necessary supporting information.

#### 7. 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.**



[www.kleenex.com](http://www.kleenex.com) [www.journal-plaza.it](http://www.journal-plaza.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](http://thecheesestack.com)



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


SOME ITALIAN ART  
IS APPRECIATED FOR  
CENTURIES  
SOME FOR MINUTES.



Introducing...

No need to revere our master chefs who have artfully combined the simple ingredients of tender Maine lobster, white shrimp and Impastata Ricotta into a culinary masterpiece. Just devour our new Shrimp & Lobster Ravioli with Garlic Butter Sauce and look for more inspiration in your grocer's freezer.

BUITONI.COM

THE ITALIAN ART OF FOOD 

www.WorldMags.net & www.Journal-Pizza.net

**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).**

- a) Make up at least five questions to the advertisement.
- b) 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



#### **7.4. 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. Борисов Б. Л. Технология рекламы и PR: Учебное пособие.— М., 2001.
2. Россихина О.Г. , Коколина Л.В. A Camera with its shutter open – М, 2016
3. Jioeva A. Insights into politics and the language of politics – М, 2016
4. Васильев Г. А., Поляков В. А. Основы рекламной деятельности: Учебное пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ, 2004.

##### **Б) дополнительная литература**

1. Гольман И. А. Реклама плюс. Реклама минус.— М.: Гелла-Принт, 2000.
2. Гольман И. А. Не стреляйте в рекламиста. – М.: Вагриус, 2000.
3. Корнилова Е. Е., Гордеев Ю. А. Слово и изображение в рекламе. – Воронеж, 2001.
4. Реклама и PR: Библиографический указатель: Книги на русском и иностранном языках. – М.: —Пашков дом!; Изд-во Международного института рекламы, 2001.
5. Ромат Е. В. Реклама — СПб.: Питер, 2002.
6. Сакс Тамми, Мак-Клейн Гари. Дизайн и архитектура современного Web-сайта. Опыт профессионалов / пер. с англ. — М.: Вильямс, 2002.
7. Самые успешные PR-кампании в мировой практике. / пер. с англ.— М.: Имидж-Контакт: ИНФРА-М, 2002.
8. Стенли А. Карьера в маркетинге, рекламе и PR. – СПб.: Нева, 2003.
9. Уэлс У., Вернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001.

##### **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 рек  
Учебник. — М.: Дашков и Ко, 2009. — 328 с. В учебнике, написанном в соответствии с Государственным образовательным стандартом по специальности "Реклама", рассказывается об истории развития, видах, роли рекламы в современной экономике, о содержании основных этапов рекламного планирования, об особенностях каналов распространения рекламной информации, о том, как выбрать целевую...

## 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](http://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.

## **12. 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