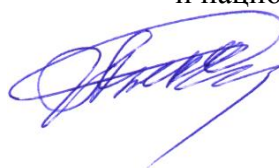


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета русской филологии
и национальной культуры



К.В. Алексеев
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«СЕМИОТИКА РЕКЛАМЫ»

Уровень основной профессиональной образовательной программы:

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность подготовки: **Журналистика**

Форма обучения: заочная

Срок освоения ОПОП: нормативный (4,5 года)

Факультет русской филологии и национальной культуры

Кафедра журналистики

Рязань, 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целями освоения дисциплины (модуля) Семиотика рекламы является овладение и реализация компетенций, заявленных для данной дисциплины, знакомство с теоретическими и практическими основами «Семиотики» как области научного знания, формирование устойчивых представлений о знаковой основе рекламного процесса, умения прочитывать и использовать знаки в профессиональной деятельности

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина (модуль) _____ Семиотика рекламы относится к базовой части Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины (модуля) необходимы следующие предшествующие дисциплины:

Основы теории коммуникаций

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: дисциплины, преподаваемые в магистратуре
Журналистское мастерство.

Проведение коммуникационных компаний

2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) (общепрофессиональных- ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОК 8	Способностью к самоорганизации и самообразованию	1)Основные законы семиотики; 2)понятие знака	1)Использовать основные законы семиотики в профессиональной деятельности 2)Отличать виды знаков	Создания знаков
2.	ОПК 19	Способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-видео-графика, анимация)	1)Знаковые системы 2)Принципы создания иконических, индексальных и символических знаков	1)Создавать медиатексты с учетом знаковых систем 2)Создавать дополнительные смысловые значения с помощью знаков	Работы с различными знаковыми системами
3.	ПК 2	Способностью в рамках отведенного времени содавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото, аудио. Видео, графической) в	1)Принципы использования знака в различных видах СМИ 2)Принципы использования	1)Создавать мультимедийный продукт 2)Создавать общественное мнение	Манипулирования общественным мнением с помощью принципов семиотики

		зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.	знака в различных жанрах СМИ	помощью знаков	
--	--	--	------------------------------	----------------	--

2.5 Карта компетенций дисциплины.

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Семiotics рекламы					
Цель дисциплины	является овладение и реализация компетенций, заявленных для данной дисциплины, знакомство с теоретическими и практическими основами «Семиотики» как области научного знания, формирование устойчивых представлений о знаковой основе рекламного процесса, умения прочитывать и использовать знаки в профессиональной деятельности				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОК 8	Способностью к самоорганизации и самообразованию	Знать Основные законы семиотики Понятие знака Уметь Использовать основные законы семиотики в профессиональной деятельности Отличать виды знаков Владеть	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа	зачет	Пороговый знание законов семиотики Повышенный умение создавать рекламного продукта с знаками разных видов

		Создания знаков			
Общепрофессиональные компетенции					
ОПК 19	Способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиaproдукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-видео-графика, анимация)	<p>Знать Знаковые системы Принципы создания иконических, индексальных и символических знаков</p> <p>Уметь Создавать медиатексты с учетом знаковых систем Создавать дополнительные смысловые значения с помощью знаков</p> <p>Владеть Работы с различными знаковыми системами</p>	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа	Зачет	<p>Пороговый расшифровывать знаки в рекламном продукте других авторов</p> <p>Повышенный понимать специфику знаковых систем в условиях создания рекламного продукта, создавать свои знаки</p>
Профессиональные компетенции					

ПК 2	Способностью в рамках отведенного времени содавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото, аудио. Видео, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.	<p>Знать Принципы использования знака в различных видах СМИ Принципы использования знака в различных жанрах СМИ Уметь Создавать мультимедийны й продукт Создавать общественное мнение с помощью знаков Владеть Манипулирован ия общественным мнением с помощью принципов семиотики</p>	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа	Зачет	<p>Пороговый понимать различия жанров различных знаковых систем Повышенный создание материала в различных знаковых системах и мультимедийных устройствах.</p>
------	--	--	--	-------	--

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		Всего часов
1		
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		8
В том числе:		
Лекции (Л)		6
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)		2
Лабораторные работы (ЛР)		
2. Самостоятельная работа студента (всего)		60
В том числе		
<i>СРС в семестре:</i>		60
Курсовая работа	КП	
	КР	
Другие виды СРС:		
Подготовка к занятиям		15
Создание медиапродукта		15
Чтение дополнительной литературы		15
Подготовка к зачету		15
<i>СРС в период сессии</i>		4
Подготовка к зачету		4
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	зачет
	экзамен (Э)	
ИТОГО: Общая трудоемкость	Часов	72
	зач. ед.	2

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
		3	
	1.	Семиотика как наука.	История семиотики как научного знания. Семиотика и язык.
	2.	Знак.	Индексальные знаки. Иконические знаки. Символические знаки. Семантика. Синтактика. Прагматика. Треугольник Фреге. Соотношение языка и речи.
	3.	Знаки в языке рекламы	Языковая игра. Прецедентный текст. Креолизованный текст. Фрейд.
	4.	Знаковые системы в рекламе	Графическая система. Вербализация в рекламе. Невербалика в СМИ. Использование символов в различных видах рекламы
	5.	Культура, реклама и семиотика	Знак в искусстве и рекламе.
	6.	Создание материала с помощью знаковых систем.	Знак в разных видах рекламы

2.2. Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестрам)
			Л	ЛР	ПЗ/С	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	1	Семиотика как наука.	1			10	11	
	2	Знак.	1			10	11	
	3	Знаки в языке рекламы	1			10	11	
	4	Знаковые системы в рекламе	1	2		10	13	
	5	Культура, реклама и семиотика	1			10	11	
	6	Создание материала с помощью знаковых систем.	1			10	11	
		ИТОГО за семестр	6	2		60/4	72/2	зачет

2.3. Лабораторный практикум
НЕ ПРЕДУСМОТРЕН

2.4. Примерная тематика курсовых работ
НЕ ПРЕДУСМОТРЕНЫ

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
	1.	Семиотика как наука.	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Создание медиапродукта	3 5 2 2
	2.	Знак.	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Создание медиапродукта	3 2 2 2
	3.	Знаки в языке рекламы	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Создание медиапродукта	3 2 2 2
	4.	Знаковые системы в рекламе	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Создание медиапродукта	3 2 2 2
	5.	Культура, реклама и семиотика	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Создание медиапродукта	3 2 2 2
	6	Создание материала с помощью знаковых систем.	Подготовка к практическому занятию Чтение дополнительной литературы Подготовка к зачету Создание медиапродукта	2 2 5 5

3.2. График работы студента Семестр № _____

*

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов — один из важнейших аспектов обучения.

Во время самостоятельной работы студент знакомится с материалами, лекций, практических занятий, пишет реферат, при этом изучая дополнительную литературу по той узкой теме, которая им выбрана. Перед работой с научными трудами (монографиями и статьями) следует ознакомиться с программой, которая предоставляет студенту основные положения читаемого курса. При изучении дисциплины необходимо обратить внимание на тщательное фиксирование лекций, внимательно ознакомиться с историей возникновения рекламы как научного знания, потому что многие приемы и методы, которые используются в настоящее время, были сформулированы в процессе развития научной составляющей науки и учебной дисциплины. Также стоит внимательно изучить взаимосвязь рекламы и PR с целью использования в профессиональной деятельности. В процессе обучения предполагается создание собственного PR — проекта. В процессе лекционных занятий необходимо фиксировать материал, на практических занятиях следует, используя самостоятельно подготовленный материал, отвечать на вопросы, выступать с сообщениями, также предполагается конспектирование дополнительной литературы как материала для ответа на контрольные вопросы. Знакомство с предметом продолжается исследованием научных трудов, представленных в списке основной и дополнительной литературы. Наряду с указанными источниками необходимо постоянно изучать PR-кампании в истории и современности.

3.3.1. Контрольные работы/рефераты Не предусмотрены

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) (см. *Фонд оценочных средств*)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине (модулю)

Рейтинговая система в Университете не используется.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оформление основной и дополнительной литературы может быть представлено как в табличном, так и в текстовом виде в соответствии с ГОСТ 7.1 – 2003. В случае представления списка литературы в текстовом варианте необходимо указать информацию, содержащуюся во всех разделах таблицы (количество экземпляров в библиотеке и на кафедре, при изучении каких разделов используется и т.д).

5.1. Основная литература

1. Бразговская, Е. Е. Семиотика. Языки и коды культуры : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Бразговская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11201-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455584> (дата обращения: 10.08.2020)
2. Махлина, С. Т. Семиотика культуры повседневности : учебник для вузов / С. Т. Махлина. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13763-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477179> (дата обращения: 10.08.2020).

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы: дополнительные сведения в ИОС университета

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)*

1. Российская государственная библиотека: www.rsl.ru (27.06. 2016)
2. ЭБС «Книгафонд»: www.knigafund.ru; (27.06. 2016)
3. Библиотека РГУ: www.library.rspu.rvazan.ru; (27.06. 2016)
4. Рязанская областная универсальная научная библиотека имени Горького: www.library.rvazan.ru; (27.06. 2016)
5. Научная электронная библиотека: www.elibrary.ru; (27.06. 2016)

6. Авторефераты диссертаций: www.vak2.ed.gov.ru/catalogue. (27.06. 2016)

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

- 6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:
- **специализированные лекционные аудитории, оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения и экраном.**
- 6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся:
- **видеопроектор, ноутбук, переносной экран**
- 6.3. Требования к специализированному оборудованию **отсутствуют.**

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

нет

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделять внимание теоретическим понятиям знак, треугольник Фреге
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, просмотр презентаций и фильмов с использованием знаков
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (*при необходимости*)

Автоматизация взаимодействий с обучающимися.

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.
Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса (указывается при наличии):

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

11. Иные сведения

Приложение 1

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю) для промежуточного контроля успеваемости

п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Семиотика как наука.	ОК 8 ОПК 19 ПК 2	зачет
2.	Знак.	ОК 8 ОПК 19 ПК 2	зачет
3	Знаки в языке рекламы	ОК 8 ОПК 19 ПК 2	зачет
4	Знаковые системы в рекламе	ОК 8 ОПК 19 ПК 2	зачет
5	Культура, реклама и семиотика	ОК 8 ОПК 19 ПК 2	зачет
6	Создание материала с помощью знаковых систем.	ОК 8 ОПК 19 ПК 2	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК 8	Способностью к самоорганизации и самообразованию	Знать	
		Основные законы семиотики;	ОК8 31
		понятие знака	ОК8 32
		уметь	
		Использовать основные законы семиотики в профессиональной деятельности	ОК8 У1
		Отличать виды знаков	ОК8 У2
		владеть	
		Создание знака	ОК8 В1

ОПК 19	Способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-видео-графика, анимация)		
		Знать	
		Знаковые системы	ОПК19 31
		Принципы создания иконических, индексальных и символических знаков	ОПК19 32
		Уметь	
		Создавать медиатексты с учетом знаковых систем	ОПК 19 У1
		Создавать дополнительные смысловые значения с помощью знаков	ОПК19 У2
		Владеть	
	Работы с различными знаковыми системами	ОПК19 В1	
ПК 2	Способностью в рамках отведенного времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото, аудио. Видео, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.		
		Знать	
		Принципы использования знака в различных видах СМИ	ПК 2 31
		Принципы использования знака в различных жанрах СМИ	ПК232
		Уметь	
		Создавать мультимедийный продукт	ПК 2 У1
		Создавать общественное мнение с помощью знаков	ПК 2 У2
		Владеть	
		Манипулирования	ПК 2 В1

общественным мнением с
помощью принципов
семиотики

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ, ЭКЗАМЕН)

№	*Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	История семиотики как научного знания.	ОК8 31 ОК 8 32 ОК 8 У1 ОК 8 В 1
2	Семиотика и язык.	ОПК 19 31 ОПК 19 32 ОПК 19У 1 ОПК 19 В 1 ОК 8 У2
3	Индексальные знаки.	ПК 2 31 ПК 2 У1 ПК 2 У2 ПК 2 В1
4	Иконические знаки.	ОК8 31 ОК 8 32 ПК 2 У2 ПК 2 В1
5	Символические знаки.	ОПК 19 В 1 ОПК 19 В2 ОК 8 У1 ОК 8 В 1
6	Семантика. Синтактика. Прагматика.	ОК8 31 ОК 8 32 ОК 8 У1 ОК 8 В 1
7	Треугольник Фреге.	ОПК 19 31 ОПК 19 32 ОПК 19У 1 ОПК 19 В 1
8	Соотношение языка и речи.	ПК 2 31 ПК 2 У1 ПК 2 У2 ПК 2 В1
9	Языковая игра.	ОК8 31 ОК 8 32 ПК 2 У2 ПК 2 В1
10	Прецедентный текст.	ОПК 19 В 1 ОК 8 У1 ОК 8 В 1 ПК2 32
11	Креолизованный текст.	ОК8 31 ОК 8 32 ОК 8 У1 ОК 8 В 1
12	Фрейм.	ОПК 19 31 ОПК 19 32 ОПК 19У 1 ОПК 19 В 1
13	Графическая система.	ПК 2 31 ПК 2 У1 ПК 2 У2 ПК 2 В1
14	Вербализация в рекламе.	ОК8 31 ОК 8 32 ПК 2 У2 ПК 2 В1
15	Невербалика в рекламе.	ОПК 19 В 1 ОК 8 У1 ОК 8 В 1
16	Использование символов в различных видах рекламы.	ОК8 31 ОК 8 32 ОК 8 У1 ОК 8 В 1
17	Знак в искусстве и рекламе.	ОПК 19 31 ОПК 19 32 ОПК 19У 1 ОПК 19 В 1 ОПК 19 В2
18	Знак в рекламе печатного СМИ.	ПК 2 31 ПК 2 У1 ПК 2 У2 ПК 2 В1
19	Знак в рекламе электронного СМИ.	ОК8 31 ОК 8 32 ПК 2 У2 ПК 2 В1
20	Знак и Интернет.	ОПК 19 В 1 ОК 8 У1 ОК 8 В 1
21	Семиотика и создание рекламы печатного СМИ.	ОК8 31 ОК 8 32 ПК 2 У2 ПК 2 В1
22	Семиотика и создание рекламы в радиопрограмме	ОПК 19 В 1 ОК 8 У1 ОК 8 В 1
23	Семиотика и создание рекламы в телепрограмме	ОК8 31 ОК 8 32 ОК 8 У1 ОК 8 В 1
24	Семиотика PR	ОПК 19 31 ОПК 19 32 ОПК 19У 1 ОПК 19 В 1
25	Знак в кинематографе	ПК 2 31 ПК 2 У1 ПК 2 У2 ПК 2 В1

Критерии оценивания

- 1. «Зачтено»** – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он своевременно и качественно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики / НИР; умело применил полученные знания во время прохождения практики / НИР, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических и (или) научно-исследовательских задач.
- 2. «Зачтено»** - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики / НИР; полностью выполнил программу с незначительными отклонениями от качественных параметров; проявил себя ответственным и заинтересованным специалистом в будущей профессиональной деятельности; правильно применил теоретические положения при решении практических вопросов и научно-исследовательских задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
- 3. «Зачтено»** - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он выполнил программу практики / НИР, однако часть заданий вызвала затруднения, не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике и в научно-исследовательской деятельности, допускал ошибки в планировании и решении задач практики/ НИР, отчет носит описательный характер, без элементов анализа и обобщения.

«Не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует низкое качество выполнения индивидуальных заданий, оформление документов по практике / НИР не соответствует требованиям, обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применять их на практике / научно-исследовательской деятельности. Представленные документы и результаты собеседования с обучающимся не свидетельствуют о сформированности у последнего предусмотренных программой практики компетенций.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

**Утверждаю:
Декан факультета
русской филологии
и национальной культуры**



К.В. Алексеев

«31» августа 2020 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Семиотика рекламы»**

**Направление подготовки
42.03.02 Журналистика**

**Направленность (профиль)
Журналистика
Квалификация
бакалавр**

**Форма обучения
заочная**

Рязань 2020

1. Цель освоения дисциплины

является формирование и реализация **компетенций**, заявленных для данной дисциплины, знакомство с теоретическими и практическими основами «Семиотики» как области научного знания, формирование устойчивых представлений о знаковой основе журналистского процесса, умения прочитывать и использовать знаки в профессиональной деятельности

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплина изучается на 2 курсе (4 семестр).

3. Трудоемкость дисциплины: 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	ОК 8	Способностью к самоорганизации и самообразованию	1)Основные законы семиотики; 2)понятие знака	1)Использовать основные законы семиотики в профессиональной деятельности 2)Отличать виды знаков	Создания знаков
2.	ОПК 19	Способностью понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-видео-графика, анимация)	1)Знаковые системы 2)Принципы создания иконических, индексальных и символических знаков	1)Создавать медиатексты с учетом знаковых систем 2)Создавать дополнительные смысловые значения с помощью знаков	Работы различными знаковыми системами

3.	ПК 2	Способностью в рамках отведенного времени создавать материалы для массмедиа определенных жанрах, форматах использованием различных знаковых систем (вербальной, фото, аудио, Видео, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.	1) Принципы использования знака в различных видах СМИ 2) Принципы использования знака в различных жанрах СМИ	1) Создавать мультимедийный продукт 2) Создавать общественное мнение с помощью знаков	Манипулирования общественным мнением с помощью принципов семиотики
----	------	---	---	--	--

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения

Зачет 2 курс, 4 семестр

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.