

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 06.11.2024 11:13:32
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП



д.ф.н., профессор Е.Н. Брызгалова

«08 » мая 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)
Семиотика в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 2 курса очной формы обучения
(2021-2024 г.н.)

Составитель: канд. филол. наук, доцент Бодрова М.Б.

Тверь, 2024

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

«Семиотика в рекламе и связях с общественностью» призвана расширить и углубить знания студентов в области, связанной с функционированием рекламы и PR как знакового, социального и эстетического феномена. Осуществляется попытка представить рекламу и PR не только с точки зрения ее знакового своеобразия, но и определить те психологические и социальные законы, которые позволяют рекламе и PR выйти на то важнейшее место в мире, которое они заняли в последние десятилетия. В основу курса положено представление о семиотике – науке о знаках, которая является фундаментальной базой для изучения всех аспектов коммуникационной сферы, поскольку знаковый характер данной сферы не вызывает сомнения. Изучение таких основных понятий семиотики, как текст, знак, интерпретация, символ и т. д. служат как для составления грамотного рекламного и PR сообщения, так и для адекватного прочтения готового рекламного продукта. Семиотика, обращенная к рекламному тексту, тесно связана с эстетической составляющей рекламы. Так как эстетическая функция привносится в рекламу через ее знаковые функции, то семиотика и эстетика в данном случае неразрывно связаны как две стороны одного явления. Определяется PR-дискурс как семиотическая система, для чего выявляются системообразующие характеристики этого типа общения, его основные категории, базовые концепты и функции, раскрывается специфическая картина мира, данная нам в знаках соответствующего дискурса, и предлагается типология этих знаков. Исследование семиотического аспекта общественных коммуникаций неизбежно предполагает обращение к его интенциональному аспекту, а именно — к изучению стратегий и приемов приближения к истине и отклонений от нее, а также выявлению специфических речевых актов, определяющих данный вид коммуникации. Предложенный подход к изучению позволяет охарактеризовать этот тип общения в терминах семиотического треугольника — семантики, прагматики и синтактики знака.

Целью освоения дисциплины является:

□ дать представление о семиотике – науке о знаках, которая является фундаментальной базой для изучения всех аспектов коммуникационной сферы, изучить основные понятия семиотики (текст, знак, интерпретация, символ и т. д.), которые служат как для составления грамотного рекламного и PR сообщения, так и для адекватного прочтения готового рекламного продукта.

Задачами освоения дисциплины являются:

□ научить студента разбираться в структуре и семантике рекламы и PR, осознавать, на чем основан суггестивный эффект данных коммуникаций;

- научить владению конструировать свой собственный рекламный и PR текст, опираясь на его структурные разделы;
- научить самостоятельно анализировать тот или иной тип сообщения, выявляя в нем достоинства и недостатки.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина базируется на материале предметов цикла дисциплин, формирующих универсальные и общепрофессиональные компетенции: «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Искусство и литература», «Философия», «История (история России, всеобщая история)» - в вопросах, связанных с формированием у слушателя компетентности в сфере изучения гуманитарных дисциплин. Данная дисциплина опирается на предметы цикла дисциплин, формирующих общепрофессиональные компетенции: «Основы теории коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика PR». Является системообразующей в блоке дисциплин, связанной с созданием текстов рекламы и PR («Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью», «Копирайтинг», «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью» и др.) - в свете изучения вопросов, касающихся формирования у будущего специалиста системного представления о функционировании знаковой теории в рекламном пространстве, формирования навыков создания рекламного текста.

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины «Семиотика в рекламе и связях с общественностью»:

- иметь представление об основных эстетических функциях рекламы, теории языка;
- знать грамматические и лексические правила русской речи, ориентироваться в основных гуманитарных проблемах современности;
- уметь последовательно и связно излагать свои суждения по проблемным вопросам.

3. Объем дисциплины:

Объем дисциплины: 4 зачетных единицы, 144 академических часа, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 36 часов, практические занятия 36 часов,

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

самостоятельная работа: 45 часов, в том числе контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке	УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от целей и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия УК-4.5. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения
ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен, 4 семестр.

6. Язык преподавания русский.

II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)			Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.)
		Лекции	Практические занятия	Контроль самостоятельной работы	
Тема 1. Понятие о семиотике.	4	1	1		2
1.2. Текст и знак как составляющие семиотики.	7	2	2	1	2

1.3. Идеи Чарльза Пирса.	5	1	1	1	2
1.4. Лингвисты о семиотике. Теория Ф. де Соссюра.	5	1	1	1	2
1.5. Текст как знаковая система.	5	1	1	1	2
Тема 2. Интерпретация семиотического текста. Уровни восприятия семиотического текста	9	2	2	1	4
2.2. Коммуникативные фазы восприятия текста.	6	1	1	2	2
2.3. П. Рикёр об интерпретации.	5	1	1	1	2
2.4. Г. Гадамер об авторской интерпретации.	5	1	1	1	2
2.5. М.М. Бахтин о задаче воспринимающего субъекта.	5	1	1	1	2
Тема 3. Знак: сущность и свойства.	7	2	2	1	2
Тема 4. Классификация и структура знаков.	9	2	2	1	4
4.2. Индекс и символ.	8	2	2	2	2
Тема 5. Измерения семиотического текста	8	2	2	2	2
Тема 6. Система «РЭО – реципиент»: коммуникативные отношения.	7	2	2	1	2
6.2. Общая память.	5	1	1	1	2
Тема 7. Семиотический анализ рекламного сообщения.	12	4	4	2	2
Тема 8. Комплексный анализ рекламного сообщения.	8	2	2	2	2
Тема 9. Реклама как креолизованный текст.	4	1	1	1	1
9.2. Специфика объекта рекламы.	6	2	2	1	1
9.3. Система кодирования изображения (У. Эко)	6	2	2	1	1
Тема 10. Основа креолизованного рекламного текста.	7	2	2	1	2
ИТОГО	144	36	36	27	45

III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
Тема 1. Понятие о семиотике.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Фасилитированная дискуссия
1.2. Текст и знак как составляющие семиотики.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Мозговой штурм
1.3. Идеи Чарльза Пирса.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Семинарское занятие
1.4. Лингвисты о семиотике. Теория Ф. де Соссюра.	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия

1.5. Текст как знаковая система.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
Тема 2. Интерпретация семиотического текста. Уровни восприятия семиотического текста	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
2.2. Коммуникативные фазы восприятия текста.	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия
2.3. П. Рикёр об интерпретации.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
2.4. Г. Гадамер об авторской интерпретации.	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
2.5. М.М. Бахтин о задаче воспринимающего субъекта.	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия
Тема 3. Знак: сущность и свойства.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Метод развивающей кооперации
Тема 4. Классификация и структура знаков.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии Фасилитированная дискуссия
4.2. Индекс и символ.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Метод case-study
Тема 5. Измерения семиотического текста	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Семинарское занятие
Тема 6. Система «РЭО – реципиент»: коммуникативные отношения.	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия
6.2. Общая память.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Фасилитированная дискуссия
Тема 7. Семиотический анализ рекламного сообщения.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии Фасилитированная дискуссия
Тема 8. Комплексный анализ рекламного сообщения.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Информационные технологии Фасилитированная дискуссия
Тема 9. Реклама как креолизованный текст.	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Метод case-study
9.2. Специфика объекта рекламы.	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Фасилитированная дискуссия
9.3. Система кодирования изображения (У. Эко)	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Метод case-study
Тема 10. Основа креолизованного рекламного текста.	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Метод case-study

IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 1

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
УК-4.5. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения	Устный ответ Практическое занятие 4. Тема: Классификация знака. Виды знаковых структур. 1.Прокомментируйте классификации знака Ч. Пирса и У. Моррисона. 2. Какие классификации знака можно еще выделить? 3.Какие виды знаков используются в искусстве и культуре различных народов? Приведите примеры. 4. Как сочетание различных видов знаков определяют своеобразие формы и содержания произведений искусства?	-Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 2 балла -Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 1 балл -Терминологический аппарат непосредственно не связан с раскрываемой темой – 0 баллов -Факты и примеры в полном объеме обосновывают выводы – 2 балла -Допущена фактическая ошибка, не приведшая к существенному искажению смысла – 1 балл -Допущены фактические и логические ошибки, свидетельствующие о непонимании темы – 0 баллов -Ответ характеризуется композиционной цельностью, соблюдена логическая последовательность, поддерживается равномерный темп на протяжении всего ответа – 2 балла - Ответ характеризуется композиционной цельностью, есть нарушения последовательности, большое количество неоправданных пауз – 1 балл -Не прослеживается логика, мысль не развивается – 0 баллов -Речевых ошибок нет, или -Допущена одна речевая ошибка – 2 балла -Допущено несколько речевых ошибок, не мешающих пониманию смысла – 1 балл -Допущены многочисленные речевые ошибки, затрудняющие – 0 баллов

Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 2

ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
<p>ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Семиотический структурный анализ текста рекламы и PR. Сфера деятельности выбирается студентом самостоятельно (например, коммуникации производителей спортивной обуви). Анализ показывает владение инструментарием науки (синтагматический, парадигматический анализ, алгоритмы представлены в лекционных материалах).</p>	<p>-освещены и верно интерпретированы все основные идеи, представленные в рекламном /PR тексте; корректно использован понятийный аппарат и семиотический инструментарий; предложен и аргументирован собственный взгляд на проблему; продемонстрированы связность посылок, логичность и ясность изложения – 10 баллов</p> <p>-выделены не все или не представлены в развернутом виде основные идеи, содержащиеся в тексте; предложен, но не аргументирован собственный взгляд на проблему; допущенные ошибки в терминах и в использовании базовых структур и лексических единиц не затрудняют понимание – 7 баллов</p> <p>-ответ не включает или неверно интерпретирует значительную часть идей, представленных в тексте; не предложен собственный взгляд на проблему; бедный словарный запас и однообразные речевые структуры не позволяют адекватно выразить идею; большое количество ошибок затрудняет понимание – 4 балла</p> <p>-текст интерпретирован неверно – 0 баллов</p>
<p>ПК-3.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>	<p>Контрольная работа: Способы и приемы написания текста в рекламе и связях с общественностью.</p>	<p>-освещены и верно решены все основные задачи, поставленные в работе; корректно использован понятийный аппарат; продемонстрирован большой лексический запас, логичность и ясность изложения – 5 балла</p> <p>-выделены/решены не все или не представлены в развернутом виде основные задачи, поставленные в тексте; допущенные ошибки в терминах и в использовании базовых структур и лексических единиц не затрудняют понимание – 3 балла</p> <p>-ответ не включает или неверно интерпретирует значительную часть задач текста; бедный словарный запас и однообразные речевые структуры не позволяют адекватно выразить идею; большое количество ошибок затрудняет понимание – 1 балл</p> <p>-выполнено неверно – 0 баллов</p>

Оценочные материалы для проверки сформированности компетенций

Компетенция УК-4

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Задания закрытого типа

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Критерии оценивания заданий
1	К невербальным средствам общения НЕ относятся: а) речевые конструкции; б) мимика; в) жесты; г) походка	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
2	«Семиология – это наука о знаках, которая изучает, что происходит, когда человек пытается передать свою мысль с помощью средств, которые неизбежно носят условный характер». Кто автор данного высказывания? а) Фердинанд де Соссюр; б) Антуан де Сент-Экзюпери; в) Альбер Попандю	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
3	Особая роль естественного языка среди других семиотических систем заключается в: а) его простоте; б) его роли как универсального средства общения; в) его функции переводчика; Г. его возможности различного написания	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
4	Определенным образом устроенная совокупность любых знаков, обладающая формальной связностью и содержательной цельностью, называется: а) предложение; б) договор; в) текст	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
5	Явление, когда вместо одного предмета, явления действительности, действия используется другой материальный факт, замещающий ту или иную реалию, называется: а) книга; б) картина художника; в) знак	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
6	Знаки, которые называют условными, их денотат связан с формой как бы по соглашению, договору, негласно заключенному между пользующимися этими знаками, называются: а) <i>знаки-иконы;</i> б) <i>знаки-индексы;</i>	Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).

	в) <i>знаки-символы</i>	
--	-------------------------	--

Задания открытого типа

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Критерии оценивания заданий
1	<p>Для успешного общения важен благоприятный контакт с партнером, необходимо расположить его к общению на уровне личностного восприятия. Психологи отмечают, что на формирование мнения о человеке влияет первое впечатление. Перечислите основные характеристики, составляющие понятие имидж человека, способные повлиять на первое впечатление.</p>	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
2	<p>Какая наука изучает знаки и знаковые системы, анализирует природу, свойства и функции знаков, классифицирует виды знаков?</p>	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
3	<p>Любой текст (в том числе и рекламный) в конечном итоге должен быть _____, т.е. воспринят человеком и истолкован в соответствии с его уровнем подготовки, с наличием у него специальных и фоновых знаний, психологической и социальной установки, перманентными и сиюминутными переживаниями и пр.</p>	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
4	<p>Событие: Умирает знаменитый писатель, около которого находятся его жена, доктор, газетчик и художник. Каждый из субъектов видит в этом трагическом событии свое собственное «событие» и реагирует именно на него. Жена испытывает горе от расставания с самым близким и любимым человеком; доктор перебирает в памяти аналогичные клинические случаи и ищет либо подтверждения правильности своих профессиональных действий, либо свои ошибки, приведшие к летальному исходу; газетчик сочиняет текст яркого, броского некролога, которым он первый оповестит граждан о печальном событии; художник примеряет обстановку, свет, композицию для создания картины «Писатель на смертном одре» и т.д. Одна и та же реальность, рассматриваемая с разных точек зрения, расщепляется на множество отличных друг от друга реальностей. Какую из этих многочисленных реальностей можно назвать истинной, подлинной? Поясните свой ответ.</p>	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
5	<p>Приведите по одному примеру для каждого типа знаков с точки зрения способа восприятия их человеком:</p>	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p>

	<p>- <i>оптический</i> знак, т.е. то, что воспринимается зрительно</p> <p>- <i>акустический</i> знак, т.е. то, что слышится или произносится.</p> <p>Кратко опишите значение приведенных Вами знаков.</p>	<p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
б	<p>Приведите два примера с пояснениями иконического знака, т.е. знака, который связан со своим референтом благодаря некоторому физическому сходству между ними.</p>	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>

Компетенция ПК-3

Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Задания закрытого типа

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Критерии оценивания заданий
1	<p>Какой способ параграфемики (привлечение внимания к рекламному тексту с помощью изменения графики) использован в рекламном тексте: «ТРИкотаЖ» (реклама белорусского трикотажа)</p> <p>а) синграфемика; б) супграфемика; в) топографемика</p>	<p>Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p>Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>
2	<p>Какое общекультурное значение закреплено за символом «весы» (с двумя чашами, не наполненные)?</p> <p>а) масса тела; б) магазин, рынок; в) справедливость, правосудие</p>	<p>Выполнено – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p>Не выполнено – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>

Задания открытого типа

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Критерии оценивания заданий
1	<p>Какое символическое значение закреплено за знаком «сердце, пронзенное стрелой»?</p>	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
2	<p>Какие общепринятые знаки-символы можно использовать в рекламном тексте на тему Новый год на разных уровнях текста (визуальный, аудиальный уровни)? Назовите 3-5 символов.</p>	<p>Выполнено – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p>Не выполнено – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>

Темы практических занятий с рекомендациями для самостоятельной работы студентов

Практическое занятие 1.

Тема 1: Семиотика как наука

1. Выделите существующие определения семиотики. Какие из них вам кажутся полными? Обоснуйте свой ответ.
2. В чем сложность определения семиотики как науки с точки зрения объекта, метода и субъекта?
3. Охарактеризуйте основные разделы семиотики: семантика, синтактика, прагматика. В чем различие между общей, частной и абстрактной семиотикой?
4. Почему семиотику можно назвать «пазловой» наукой? Какие науки наиболее тесно связаны с семиотикой? Прокомментируйте специфику взаимосвязи семиотики и других наук.
5. Дайте определение семиотики как науки, изучающей рекламу и PR.
6. Чем полезна семиотика в рекламе и PR?

Практическое занятие 2.

Тема: История семиотики. Зарождение семиотических идей

1. Проблема знака в античности (Аристотель, учение стоиков, "Семь свободных искусств").
2. Семиотические идеи Д. Локка "Опыт человеческого разума" (мысль о необходимости выделения семиотики в качестве особой теории знаков).
3. Вклад в развитие семиотики ее основоположников: Ч. Пирса, Ч. Морриса, Ф. де Соссюра.
4. Русская семиотика 20 века (формальная школа, московско-тартуская школа).
5. Французский структурализм.

Практическое занятие 3.

Тема: Знак в семиотике.

1. Дайте определение знака. Что такое план выражения и план содержания?
2. Что значат произвольность знака и конвенциональность знака? Приведите примеры из культуры, искусства произвольности и конвенциональности знака.
3. Дайте определение объема знака.
4. Покажите разницу между денотатом и сигнификатом знака, используя самостоятельно найденные примеры.

Практическое занятие 4.

Тема: Классификация знака. Виды знаковых структур.

1. Прокомментируйте классификации знака Ч. Пирса и У. Моррисона.
2. Какие классификации знака можно еще выделить?
3. Какие виды знаков используются в искусстве и культуре различных народов? Приведите примеры.
4. Как сочетание различных видов знаков определяют своеобразие формы и содержания произведений искусства?

Доклады:

1. Жизнь и научная биография Ч. Пирса
2. Жизнь и научная биография У. Моррисона
3. Жизнь и научная биография Ф. де Соссюра

Практическое занятие 5.

Тема: Знаковая ситуация. Составляющие знакового процесса

1. Дайте определение знаковой ситуации.
2. Прокомментируйте пять составляющих знакового процесса (знак, интерпретатор, интерпретанта, значение, контекст).
3. Что такое язык, код, субкод, S-код? Какую роль они играют в интерпретации знаковых структур?

4. Какие субкоды текста выделяет Р.Якобсон? Найдите примеры из различных текстов со всеми видами субкодов, чтобы каждый из этих субкодов был доминирующий.

Доклад:

1. Жизнь и научная биография Р.Якобсона

Практическое занятие 6.

Тема: Текст. Понятие текста в гуманитарных науках и семиотике

1. Дайте определение «текст». Что такое текст в семиотике?
2. Какие признаки текста можно выделить?
3. В чем своеобразие концепции текста в работах Ю.Лотмана и Р.Барта?
4. Почему Ц.Тодоров и Р. Барт разделяют понятия «текст» и «произведение»?
5. Что такое фенотекст и генотекст в концепции Ю.Кристевой

Доклады:

1. Жизнь и научная биография Р.Барта
2. Жизнь и научная биография Ю.Лотмана
3. Жизнь и научная биография Ц. Тодорова
4. Жизнь и научная биография Ю.Кристевой

Практическое занятие 7-8.

Тема: Поэтика текста. Уровни текста. Точка зрения как принцип структурного анализа текста

1. Дайте определение «поэтики». Расскажите историю происхождения этого термина. Кто из философов и ученых разрабатывал основные положения поэтики?
2. Что такое «уровни текста» и какие уровни текста выделяются. Охарактеризуйте в общем особенности каждого уровня: повествовательный,

сюжетно- композиционный, пространственно-временной (хронотоп), идеологический.

3. Роль повествовательного (языкового) уровня в искусстве, рекламе и PR. Как с понятием семантики языка связаны «денотат» и «коннотация». Проведите примеры из разных текстов, в том числе рекламы и PR различия «денотата» и «коннотации».

4. В чем разница между «фабулой» и «сюжетом». Что такое композиция текста? Как композиция связана с содержанием текста? Охарактеризуйте такие виды композиционного построения как: двухчастная, трехчастная, рамочная, замкнутая (кольцевая) композиция, открытая композиция. Проведите примеры из разных текстов, в том числе рекламы и PR.

5. Что такое хронотоп. В чем особенность представления «времени» и «пространства» в тексте. Охарактеризуйте виды времени: «линейное», «спиральное». Охарактеризуйте виды пространства: «замкнутое», «открытое», «историческое», «национальное». Почему «время» и «пространство» связаны между собой. Проведите примеры из разных текстов, в том числе рекламы и PR.

6. Что такое «идеологический» уровень текста? Как идеологический уровень связан с идеей текста?

Домашнее задание: проанализировать разные уровни текста рекламы и PR.

Практическое занятие 9.

Тема: Точка зрения как основа композиционного построения текста

1. Проверка домашнего задания (практическое занятие 7-8).

2. Дайте определение понятию «точка зрения».

3. В чем особенность представления «точки зрения» на разных уровнях текста: фразеологический, сюжетно-композиционный, психологический, пространственно- временной, идеологический? Приведите примеры особенностей представления «точки зрения» на разных уровнях текста, в том числе рекламы и PR.

4. Как «точка зрения» связана с идеей текста и авторской позицией (образ автора).

5. Особенности представления «точки зрения» в рекламе и PR.

Практическое занятие 10-11.

Тема: Методы структурного анализа в семиотике: перманентный, семиогонический, интертекст

1. Дайте определение «структурному анализу».
2. Охарактеризуйте методы структурного анализа: перманентный, семиогонический, интертекст.
3. Продемонстрируйте на конкретных текстах рекламы и PR технику применения перманентного и семиогонического анализов.
4. Дайте определение «интертексту». Расскажите историю формирования понятия «интертекст» в науке.
5. Функции интертекста. Виды интертекста: гипертекст, пратекст, интертекст, метатекст. Механизм порождения интертекстуальных связей в тексте. Анализ интертекста с точки зрения адресата и адресанта.
6. Как соотносятся понятия «интертекст» и «произвольность интерпретации знака»?
7. Прокомментируйте функции интертекста на примерах текстов рекламы и PR.
8. Как соотносится интертекст с концепцией «смерть автора» в работах Р.Барта.

Практическое занятие 12.

Тема: Иконический и символический знаки. Семантика и прагматика

1. Дайте определение «иконический знак». В чем особенность иконического знака, какие знаковые структуры он презентует? В каких видах искусства используется? Приведите примеры.
2. Охарактеризуйте виды иконического знака: визуальные, метафорические, схематические. Приведите примеры из рекламы и PR с использованием различных видов иконического знака, в чем семантика и прагматика применения этого знака?
3. Дайте определение «символический знак». В чем особенность символического знака, какие знаковые структуры он презентует? В каких видах искусства используется? Приведите примеры. Приведите примеры из рекламы и PR с использованием символического знака, в чем семантика и прагматика применения этого знака?

4. Изложите основные положения работы П. Флоренского «Икона». Как создавалась икона? В чем идейное и смысловое значение ее художественных особенностей: пространственно-временной организации, отсутствие авторства?

5. Найдите примеры из рекламы и PR художественных особенностей иконического знака? В чем семантика и прагматика использования художественных особенностей иконы в этих текстах?

Доклады:

1. Жизнь и научная биография П.Флоренского.

Практическое занятие 13.

Тема: Семиотика цвета в рекламе и PR

1. Дайте определение понятию «цвет».
2. Охарактеризуйте разные уровни изучения «цвета» - физиологический, психологический, культурологический, национально-исторический.

Приведите примеры различия или совпадения семантики цвета на различных уровнях изучения цвета.

Практическое занятие 14-15.

Тема: Структура мифа и сказки в рекламе и PR

1. Дайте определение мифа. В чем своеобразие понимания мифа в работах М.Элиаде, К. Леви-Строса. Можно ли считать миф способом гармонизации природного, социального мира в первобытном обществе?
2. Охарактеризуйте такие виды мифа как космогонический, эсхатологический, календарный, солярный, лунарный, антропогонический.
3. Охарактеризуйте героев мифологического текста: демиург, трикстер. Приведите примеры из мифов.
4. Чем отличается традиционный миф и современный миф в работе Е.Мелетинского?
5. Как трактуется современный миф в работе Р.Барта «Мифологии»? Дайте объяснение таким понятиям как: «миф слева», «миф справа». Как создается и

почему современный миф? Какую роль отводит Р.Барт мифологу? Как соотносятся концепции мифа и «фотошоки»? Можно утверждать, что «фотошоки» есть своеобразный вариант современного мифа? Приведите примеры из рекламы и PR.

6. Опишите структуру волшебной сказки, из каких композиционных частей она состоит? Прокомментируйте особенность содержания каждой из композиционных частей?

7. Чем отличается традиционный миф от волшебной сказки?

8. С какой целью используется волшебная сказка в рекламе и PR? Приведите примеры из рекламы и PR.

Доклады:

1. Жизнь и научная биография Е.Мелетинского.
2. Жизнь и научная биография В. Проппа.

Практическое занятие 16.

Тема: Монтаж как способ конструирования текста

1. В чем своеобразие кино с точки зрения семиотики.
2. Раскройте проблему кинообраза и киноинформации. В чем специфика единиц плана выражения: звук, речь, цвет, динамика.
3. Дайте определение «монтаж». Что такое кадр? Что такое метафорический и метонимический способ монтажа текста?
4. Прокомментируйте вариации монтажа в текстах искусства, рекламы и PR.

Доклады:

1. Жизнь и научная биография Ю.Лотмана.

Практическое занятие 17.

Тема: Роль рекламы и PR в обществе потребления

1. Дайте определение «общество потребления». Перечислите и прокомментируйте признаки «общества потребления».

2. Почему в обществе потребления наличествует доминирование вещи? Что в обществе потребления подвергается овеществлению?
3. Какую роль выполняют реклама и PR в обществе потребления?

Практическое занятие 18-19

Тема: Структурный семиотический анализ текстов рекламы и PR (презентация работ студентов)

Вопросы для самоконтроля

Тема 1. Предмет и цели семиотики.

1. Предмет и задачи семиотики.
2. Междисциплинарные связи семиотики.
3. История семиотики.
4. Основоположники семиотики как научной дисциплины.

Тема 2. Понятие, свойства и интерпретация текста.

1. Семиотическое понятие текста.
2. Признаки текста (по Э. Бенвенисту).
3. Первичные и вторичные моделирующие системы (язык и культура).
Понятие кода.
4. Процесс восприятия семиотического текста.
5. Коммуникативные фазы восприятия текста (предкоммуникативная, коммуникативная, посткоммуникативная). Четыре акта понимания текста.
6. Сущность, задача и структура.

Тема 3. Понятие, свойства и типы знаков.

1. Понятие знака.
2. Основные характеристики, основные аспекты и свойства знака.
3. Денотат и коннотат.
4. Классификация знаков (по Ч. Пирсу) (иконы, индексы, символы).

5. Характеристики символа.
6. Понятие индекса и особенности индексальных знаков.
7. Понятие знака-иконы и особенности иконических знаков.
8. Мотивированные и метаязыковые знаки.

Тема 4. Типы бинарных отношений в семиотическом тексте.

1. Измерения семиотического текста (по Ф. де Соссюру).
2. Определения бинарных отношений в тексте.
3. Семантика.
4. Синтактика.
5. Прагматика.

Тема 5. Семиотические модели коммуникации.

1. Общая модель теории коммуникации (по Р. Якобсону).
2. Общие признаки и надперсональность эстетической информации.
3. Семиотические модели коммуникации (Р. Якобсон, У. Эко, Ю. Лотман).
4. Языковые функции: эмотивная, конативная, фактическая, метаязыковая, поэтическая, референтная.

Тема 6. Комплексный семиотический анализ сообщения в рекламе и связях с общественностью.

1. Семиотические модели рекламы (Р. Барт, У.Эко, Дж. Уильямсон).
2. Структурная схема рекламного сообщения.
3. Буквальное и небуквальное сообщения.
4. Семиотическая функция рекламы.
5. Код и декодирование сообщения.

Тема 7. Сообщение в рекламе и связях с общественностью как креолизованный текст.

1. Понятие креолизованного текста.

2. Полная и частичная креолизация.
3. Структура рекламного текста: вербальные и невербальные компоненты.
4. Уровни сообщения в визуальном знаке (по Р. Барту).
5. Виды текстов в рекламе и связях с общественностью с точки зрения семиотики (элитарные, сентиментальные, морализующие).

Тема 8. Тропы и графические составляющие текста.

1. Понятие тропа.
2. Понятие гиперболы и ее роль в текстах рекламы и связях с общественностью.
3. Понятия метонимии, метафоры и иронии.
4. Основные аспекты применения метафоры в рекламе.
5. Роль эпитета в тексте.
6. Роль графических составляющих в тексте в рекламе и связях с общественностью.
7. Понятие параграфемии (синграфемия, супраграфемия, топографемия).

Темы контрольных работ.

1. История семиотики.
2. Знак и его основные свойства.
3. Проблемы интерпретации текста.
4. Символ в семиотике.
5. Индексальные знаки в семиотике.
6. Использование иконических знаков в рекламе.
7. Поликультурные символы в рекламе.
8. Бинарные отношения в семиотическом тексте.
9. Семиотические модели коммуникации.
10. Креолизация текста в рекламе и связях с общественностью.
11. Использование троп в рекламе.
12. Способы параграфемии в рекламных текстах.

13. Роль метафоры в текстах рекламы и связей с общественностью.
14. Характеристики символов.
15. Функция рекламы по семиотизации пространства в современном обществе.
16. Способы и приемы написания текста в рекламе и связях с общественностью.
17. Семантические типы креолизованной рекламы.
18. Роль гиперболы и мейозиса в рекламных текстах.
19. Мотивированные и метаязыковые знаки.
20. Соотношения синтаксических и семантических измерений текста.

Тематика рефератов (докладов, эссе)

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.

Примеры тестов

1. Чем занимается семиотика?

- 1) устанавливает различное в различных знаковых системах;
- 2) устанавливает общее в различных знаковых системах;
- 3) формирует знаковые системы.
- 4) формулирует законы, по которым должны действовать знаковые системы.

2. Что не входит в традиционные разделы семиотики?

- 1) грамматика;
- 2) прагматика;
- 3) синтактика;
- 4) лингвосемиотика;
- 5) биосемиотика.

3. Какие из перечисленных ниже свойств не относятся к свойствам знака?

- 1) двусторонность;
- 2) конвенциональность;
- 3) десигнативность;
- 4) асимметрия языкового знака;
- 5) обусловленность системой.

4. Знаковая ситуация состоит из знака, интерпретатора, означающего..

- 1) контекста;
- 2) коммуникативной цепи;
- 3) означаемого;
- 4) обратной связи.

5. Какие геометрические фигуры использовались в семиотике, чтобы описать структуру знака?

- 1) два соединенных треугольника;
- 2) равносторонний треугольник;
- 3) круг, разделенный напополам; репрезентирует ПС и ПВ;
- 4) полукруг.

6. Действие этих знаков основано на фактическом подобии означающего и означаемого.

- 1) иконических;
- 2) индексальных;
- 3) символических;
- 4) конвенциональных.

7. К какой системе знаков относится живопись, музыка, танцы?

- 1) десигнативной;
- 2) натуральной;
- 3) образной;
- 4) естественной;
- 5) предписывающей.

8. Что изучает лингвосемиотика?

- 1) национальные и универсальные языковые особенности;
- 2) способы репрезентации невербальной информации;
- 3) изучение знакового поведения (индивидуального и коллективного);
- 4) то же самое, что этносемиотика;
- 5) естественные и искусственные языки, в том числе языки программирования.

9. Полноценным знаком в лингвосемиотике является...

- 1) фонема;
- 2) сема;
- 3) слово;
- 4) слог;
- 5) устойчивое словосочетание.

10. В человеческом языке в отличие от языка животных есть следующие характеристики:

- 1) преднамеренность;
- 2) двусторонность языкового знака;
- 3) условность знака;

4) для понимания значения особенно важен контекст.

11. Оставаясь на протяжении длительного времени тождественным самому себе, языковой знак постоянно стремится расширить либо ПВ, либо ПС - это закон...

- 1) оппозиции
- 2) консервативности и изменчивости знака;
- 3) асимметрии языкового знака;
- 4) изоморфизма.

12. Символический знак, по Ч. Пирсу, ...

- 1) устанавливается на основе соглашения, усвоенной смежности означающего и означаемого;
- 2) основан на фактическом подобии означающего и означаемого;
- 3) основан на фактической, реально существующей смежности означающего и означаемого.

13. Классификация знаков Ч. Морриса:

- 1) иконические, индексальные, символические;
- 2) эмблематические, искусственные, естественные;
- 3) образные, конвенциональные, натуральные;
- 4) символические, мифологические, иллюстративные
- 5) десигнативные, оценочные, предписывающие.

14. Методологический подход формальной школы к литературному произведению предполагал...

- 1) отказ от поиска универсальных законов, оформляющих произведение;
- 2) структурный/формализованный подход к искусству;
- 3) резкое увеличение числа исследуемых объектов.

15. Семиотический срез формального метода –

- 1) отрицание производственного подхода к искусству;
- 2) поиск единого инструментария для художественных произведений;
- 3) доказательство неоднородности законов, оформляющих произведение.

16. Основателем формального направления в отечественном литературоведении был:

- 1) Волькенштейн В.;
- 2) Барт Р.
- 3) Шкловский В.
- 4) Эйхенбаум Б.
- 5) Жирмунский В.

17. Кто является создателем коллективной рефлексологии, которую относят к одному из источников семиотических исследований культуры и поведения?

- 1) Бехтерев В.М.
- 2) Якобсон Р.
- 3) Эйзенштейн С.

18. Синтаксис киноязыка (по Ю. Лотману) складывается из...

- 1) взаимодействия семиотических систем;
- 2) монтажа кадров, манипуляции крупными планами;
- 3) уровня сюжета и уровня эпизода;
- 4) последовательности реплик героев.

V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1) Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Миловидов, В. А. От семиотики текста к семиотике дискурса : пособие по спецкурсу : учебное пособие : [16+] / В. А. Миловидов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 131 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426555> (дата обращения: 02.05.2024).
2. Махлина, С. Т. Лингвистика и семиотика : учебник и практикум для вузов / С. Т. Махлина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 260 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14194-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544215> (дата обращения: 02.05.2024).

Дополнительная литература:

1. Тимашева, О. В. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учебное пособие / О. В. Тимашева. — 2-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 192 с. — ISBN 978-5-9765-1777-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/48362> (дата обращения: 02.05.2024).

2) Программное обеспечение

а) Лицензионное программное обеспечение

Google Chrome	бесплатное ПО
Яндекс Браузер	бесплатное ПО
Kaspersky Endpoint Security 10	акт на передачу прав ПК545 от 16.12.2022
Многофункциональный редактор ONLYOFFICE	бесплатное ПО
ОС Linux Ubuntu	бесплатное ПО
Adobe Acrobat Reader DC	– бесплатное ПО

3) Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «ZNANIUM.COM» - www.znanium.com
2. ЭБС «ЮРАИТ» - www.biblio-online.ru
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
4. ЭБС IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/>
5. ЭБС «Лань» - <http://e.lanbook.com>
6. ЭБС BOOK.ru - <https://www.book.ru/>
7. ЭБС ТвГУ - <http://megapro.tversu.ru/megapro/Web>
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?
9. Репозиторий ТвГУ - <http://eprints.tversu.ru>
10. Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://diss.rsl.ru/>
11. Журналы издательства Taylor&Francis - <http://tandfonline.com/>
12. Патентная база компании QUESTEL- ORBIT - <https://www.orbit.com/>

13. INSPEC EBSCO Publishing -
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/basic?sid=e7fb50ae1091-42b7-9d26-43e3a1eb4f4d%40sessionmgr102&vid=0&hid=107>
14. БД Scopus - <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>
15. БД Web of Science -
http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgnjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=
16. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда -
<http://lib.myilibrary.com/Browse.aspx>
17. Архивы журналов издательства Oxford University Press -
<http://archive.neicon.ru/xmlui/>
18. Архивы журналов издательства Sage Publication - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
19. Архивы журналов издательства Annual Reviews - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
20. Polpred.com Обзор СМИ - <http://www.polpred.com/>
21. СПС Консультант Плюс - (в сети ТвГУ)
22. ИПС «Законодательство России» - <http://pravo.fso.gov.ru/ips.html>
23. Сводные каталоги фондов российских библиотек АРБИКОН, МАРС -
<http://arbicon.ru/>
24. Сводные каталоги фондов российских библиотек КОРБИС -
<http://corbis.tverlib.ru/catalog/>.

4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Рекомендуемые работы по общей теории языка и семиотике. -
<http://philologos.narod.ru/ling.htm>
2. Теория теста. Рекомендуемые работы. - <http://philologos.narod.ru/teotext.htm>
3. Художник и словесность. Иконология. Семиотика визуального. -
<http://philologos.narod.ru/htopp/sinai.htm>
4. Материалы по теории языка и литературы. - <http://philologos.narod.ru/index.html>

5. И. Янков. Семиотика рекламы (видеокурс). - Ресурс Уральского Федерального университета. - <http://media.ls.urfu.ru/496/1274/2813/2642/>
6. Вяч. В. Иванов. Очерки по истории семиотики в СССР. - http://philologos.narod.ru/semiotics/ivanov_semio.htm
7. Вяч. В. Иванов. Избранные труды по семиотике и истории культуры. - <http://www.fedy-diary.ru/html/112010/07112010-05d.html>
8. В.Н. Топоров. Избранные работы . - <http://www.torchinov.com/материалы/философия/владимир-топоров/>
9. О.М. Фрейденберг. Миф и литература древности. - http://yanko.lib.ru/books/sacra/freydenberg=mif_i_lit_drevnosti.htm

VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

Вопросы к экзамену:

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. Семиотические идеи Ч. Пирса.
5. Семиотические идеи У. Морриса.
6. Семиотические идеи Ф. де Соссюра.
7. Русская формальная школа и ее вклад в развитие семиотики.
8. Московско-тартуская школа и ее вклад в развитие семиотики.
9. Французский структурализм и его вклад в развитие семиотики.
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. Виды знаков, используемых в рекламе и PR.
24. Роль рекламы и PR в обществе потребления.

Методические указания по подготовке к практическим (семинарским) занятиям

Семинарское занятие по дисциплине «Семиотика в рекламе и связях с общественностью» – важнейшая форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов правового обеспечения социальной работы. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Семинарские и практические занятия, проводимые по основным темам дисциплины в форме свободного обсуждения, имеют целью обобщение и систематизацию знаний, полученных обучающимися в ходе подготовки к занятиям, а также развитие у них самостоятельного мышления, способностей к свободному обмену мнениями, умения найти правильный подход к решению практических задач.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

При самостоятельной работе по дисциплине рекомендуется:

– основное внимание уделять усвоению определений базовых понятий и категорий, а также содержания основных проблем;

– не ограничиваться использованием только лекций или учебника и использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка;

– не просто заучивать и запоминать информацию, но понимать ее – понимание существенно экономит время и усилия, и позволяет продуктивно использовать полученные знания;

– использовать профессиональную терминологию в устных ответах, докладах, рефератах и письменных работах – это развивает необходимый навык обращения с понятиями и категориями, способствует их усвоению и

позволяет продемонстрировать глубину знаний;

– аргументировано излагать свою точку зрения – корректно и убедительно;

– при подготовке к семинарским занятиям, в устных ответах, докладах и письменных работах выделять необходимую и достаточную информацию;

– изложить подробно и объемно не означает изложить по существу;

– соотносить полученные знания с имеющимися знаниями из других областей науки, в первую очередь, из областей, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

При работе с литературой рекомендуется:

– в первую очередь вычленять информацию, относящуюся к конкретным изучаемым темам (по отдельным проблемам или вопросам);

– использовать предметные и именные указатели, содержащиеся во многих учебных и академических изданиях – это существенно сокращает время поисков конкретной информации;

При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется:

• ознакомиться с планом темы и перечнем контрольных вопросов к ней
– это позволит получить общее представление о рассматриваемых проблемах;

• ознакомиться с учебными материалами по теме (конспекты лекций, учебник, учебно-методические пособия) и определить степень его достаточности;

- выбрать наиболее интересный вопрос (вопросы), по которым предполагается развернутый ответ или активное участие в обсуждении (в норме подробно готовится именно вопрос, показавшийся наиболее интересным, но общее представление о теме и знание базовых положений и определений необходимо и обязательно);
- ознакомиться с доступной (имеющейся в библиотеке или на электронных ресурсах) дополнительной литературой, в случае необходимости или по желанию использовать самостоятельно выбранные источники;
- четко сформулировать основные моменты предполагаемого устного ответа – ответ должен быть связным, целостным и законченным сообщением по конкретному вопросу, а не набором реплик по поводу;
- не ограничиваться заявленными вопросами по теме и попытаться предположить, какие вопросы могут возникнуть по ходу обсуждения темы,
- или сформулировать свои вопросы для обсуждения;
- регулярно готовиться к семинарам, даже если не планируется активное участие в них – регулярная подготовка способствует постепенному и поэтому качественному усвоению курса и существенно облегчает последующую подготовку к экзамену.

Практическая работа начинается с краткого вступительного слова и контрольных вопросов. Во вступительном слове преподаватель объявляет тему, цель и порядок проведения занятия. В одном случае все обучающиеся решают задачи самостоятельно, а преподаватель контролирует их работу.

В тех случаях, когда у большинства студентов работа выполняется с трудом, преподаватель может прервать их и дать необходимые пояснения (частично-поисковый метод). В других случаях задачу решает и комментирует свое решение студент под контролем преподавателя.

Основная задача преподавателя на каждом практическом занятии, наряду с обучением своему предмету (дисциплине), – научить будущего специалиста думать. Особое место среди практических занятий отводится так называемым групповым занятиям.

Для успешного достижения учебных целей подобных занятий при их организации должны выполняться следующие основные требования:

- соответствие действий обучающихся ранее изученным на лекционных и практических занятиях методикам и методам;
- поэтапное формирование умений и навыков, т.е. движение от знаний к умениям и навыкам, от простого к сложному и т.д.;
- выработка индивидуальных и коллективных умений и навыков.

Выполнение практических занятий по дисциплине «Семиотика в рекламе и связях с общественностью» требует деления учебной группы на подгруппы. В каждой подгруппе назначается старший из числа наиболее подготовленных студентов. В процессе занятия руководитель показывает методы, способы и приемы выполнения действий, объясняет их последовательность, взаимосвязь, предостерегает от характерных ошибок. В процессе занятия преподаватель накапливает материал для подведения итогов, которые желательно подводить сначала по подгруппам: указываются конкретные успехи и недостатки в работе обучающихся, – а затем со всей учебной группой. На последнем этапе отмечаются общие недостатки в работе и достигнутые успехи, пути дальнейшего совершенствования умений и навыков в период самостоятельной работы.

К практическому занятию от студента требуется предварительная подготовка, которую он должен провести перед занятием.

Рекомендации по оцениванию устных ответов студентов

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала); – логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки.

Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать мышление. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой.

Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.

Методические рекомендации студентам по написанию рефератов

Написание реферата является:

- одной из форм обучения студентов, направленной на организацию и повышение уровня самостоятельной работы студентов;

- одной из форм научной работы студентов, целью которой является расширение научного кругозора студентов, ознакомление с методологией научного поиска.

Реферат, как форма обучения студентов, - это краткий обзор максимального количества доступных публикаций по заданной теме, с элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При проведении обзора должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной формы работы. Темы рефератов содержатся в программе курса.

Целью написания рефератов является:

- привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);

- привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;

- приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;

- выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и ВКР и дальнейших научных трудах.

Основные задачи студента при написании реферата:

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме для правильного понимания авторской позиции;

- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;

- уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:

- материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной теме;

- необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)

- при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;

- реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу.

Структура реферата.

1. Начинается реферат с титульного листа.

Образец оформления титульного листа для реферата:

2. За титульным листом следует Оглавление. Оглавление - это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на которой он находится.

3. Текст реферата. Он делится на три части: введение, основная часть и заключение.

- а) Введение - раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

- б) Основная часть - это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст.

- в) Заключение - данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы должны

быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые "высветились" в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.

4. Список источников и литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 5 разных источников, из них хотя бы один – на иностранном языке (английском, немецком и пр.). Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается. Оформление Списка источников и литературы должно соответствовать требованиям библиографических стандартов (см. Оформление Списка источников и литературы).

Объем и технические требования, предъявляемые к выполнению реферата.

Объем работы должен быть, как правило, не менее 12 и не более 20 страниц. Работа должна выполняться через 1,5 интервал 14 шрифтом, размеры оставляемых полей: левое - 25 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

- текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;

- каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Реферат должен быть сдан для проверки в установленный срок.

Методические рекомендации по подготовке к контрольной работе

Контрольная работа выполняется студентами на основе самостоятельного подготовки по лекциям и изучения рекомендованной литературы, с целью систематизации, закрепления и расширения теоретических знаний, развития творческих способностей студентов, овладения навыками самостоятельной работы с научной, научно-методической литературой, формирования умений анализировать и отвечать на вопросы, делать выводы на основе проведенного анализа.

Работы приобщают также студентов к научно-исследовательской деятельности, играют важную роль в их профессиональной подготовке. Важнейшими требованиями к контрольной работе как к исследованию определенной проблемы являются: применение общих и специальных методов научного исследования; умение работать с литературой, проявляя при этом творческий подход к изучаемому материалу; достаточно высокий теоретический уровень; способность самостоятельно, последовательно, аргументировано излагать изученный материал.

Целью выполнения контрольной работы является проверка и оценка получения студентами теоретических знаний по предложенной тематике по дисциплине «Семиотика в рекламе и связях с общественностью».

Контрольные работы выполняются студентами в аудитории, под наблюдением преподавателя. Как правило, тема контрольной работы известна и проводится она по сравнительно недавно изученному материалу. Преподаватель готовит задания либо по вариантам, либо индивидуально для каждого студента – на карточках. В любом случае работе предшествует инструктаж преподавателя.

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа делится на аудиторную (под непосредственным контролем преподавателя) и внеаудиторную. Основными формами внеаудиторной самостоятельной работы («домашней работы») являются: теоретическая подготовка к практическим занятиям (на основе рекомендованной литературы и информационных ресурсов сети Интернет); выполнение заданий для

самостоятельной подготовки, включённых в содержание практических занятий; создание тезауруса курса; подготовка аналитических справок по темам семинаров; подготовка аннотированного обзора литературы по заданной теме и др.

Аудиторная самостоятельная работа включает в себя: выполнение тестовых заданий для проверки качества усвоения знаний и последующую самостоятельную работу над указанными преподавателем ошибками в них; участие в работе семинара; самоконтроль и взаимоконтроль выполняемых индивидуальных заданий (оценивание докладов студентов на семинарских занятиях самими студентами).

Использование консультаций при самостоятельной работе. Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала, возникли проблемы, разрешить которые самостоятельно не удаётся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. При этом следует формулировать вопросы максимально конкретно.

Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Семиотика в рекламе и связях с общественностью», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

Требования к рейтинг-контролю

Все задания, используемые для контроля компетенций условно можно разделить на две группы:

1) Задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения (тесты, доклады с презентациями, семинарские занятия)

2) Задания, которые дополняют теоретические вопросы дисциплины (практические задания).

Выполнение заданий первого типа является необходимым для формирования и контроля ряда умений и навыков. Отметка за задания второго типа необходима для допуска к зачету.

Контроль за работой студентов делится на:

- текущий (в ходе лекций и семинарских занятий),
- рейтинговый
- промежуточный.

Основными формами текущего контроля успеваемости являются наблюдение, проверка письменных и практических заданий с использованием балльных оценок.

На занятиях преподаватель оценивает и комментирует качество выполненных студентами домашних заданий, а также учебную работу студентов непосредственно в ходе занятий. Учитываются уровень подготовленности студента к занятию, качество выполнения домашних заданий, степень его активности в ходе занятия.

Рейтинговый контроль подразумевает суммирование баллов, набранных каждым студентом в процессе изучения модуля.

Требования к рейтинг-контролю:

Дисциплина «Семиотика в рекламе и связях с общественностью» имеет одну точку промежуточного контроля – экзамен. Максимальное количество баллов, которое может получить студент за весь период изучения дисциплины - 60 баллов.

Если студент за весь период изучения дисциплины набирает 40-54 баллов, то получает оценку «удовлетворительно»;

Если студент набирает 55-60 баллов, при подведении итогов семестра в графе экзаменационной ведомости «Премияльные баллы» может быть добавлено 15 баллов и выставлена экзаменационная оценка «хорошо».

Студент, набравший до 39 баллов включительно, сдает экзамен.

Ответ студента на экзамене оценивается суммой до 40 рейтинговых баллов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов, полученных за семестр и суммы баллов, полученных на экзамене. Студенту, который сдает экзамен, премиальные баллы не начисляются.

В университете действует следующая шкала перерасчета рейтинговых баллов для дисциплин, оканчивающихся экзаменом:

От 40 до 69 – «удовлетворительно»;

От 70 до 84 – «хорошо»;

От 85 до 100 – «отлично».

Бальная структура оценки:

Внутрисеместровая аттестация (тестирование) – 10 баллов (1 балл за правильный ответ * 10 вопросов).

Работа на семинарах – от 1 до 3 баллов за ответ (максимально возможное количество баллов – 54)

Реферат – 10 баллов.

Выполнение контрольной работы (семиотический анализ рекламного и PR-текста) – 10 баллов

Всего – от 60 баллов и выше (оценка складывается из суммы баллов, полученных студентом в течение семестра за все виды и формы отчетных работ).

Оценка экзамена (стандартная)

85–100 - «отлично» Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.

70-84 - «хорошо» Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине.

40-69 -«удовлетворительно» Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой.

менее 40 - «неудовлетворительно» Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.

VII. Материально-техническое обеспечение

Имеется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для проведения занятий лекционного типа, обеспечивающих тематические иллюстрации.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и	Комплект учебной мебели, переносной ноутбук, переносной мультимедийный проектор	AdobeAcrobatReader DC – бесплатное ПО Google Chrome – бесплатное ПО, Яндекс Браузер - бесплатное ПО,

индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, Учебная аудитория № 38 (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)		Kaspersky Endpoint Security 10 – акт на передачу прав ПК545 от 16.12.2022, Многофункциональный редактор ONLYOFFICE - – бесплатное ПО, ОС Linux Ubuntu – бесплатное ПО
---	--	---

VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	Обновлен список основной и дополнительной литературы	Протокол № 5 от 08.05.2024 г. заседания кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью
2.	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Составлен актуальный список лицензионного программного обеспечения	