МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. В.П. Астафьева

Факультет иностранных языков

Кафедра английской филологии

Б1.В.ДВ.9.2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Языковая игра в рекламной коммуникации

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика
Профиль: «Перевод и переводоведение»
Квалификация (степень): Бакалавр

Красноярск 2016

Рабочая программа составлена к.ф.н., доц. А.В.Коршуновой
Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры английской филологии

Протокол № 4 от 09 декабря 2015 г.

Заведующий кафедрой:

Бабак Т.П., к.филол.н., доцент _____

Одобрено научно-методическим советом (НМСС)

Протокол № 3 от 16 декабря 2015 г.

Председатель НМС ФИЯ
И.Д.Гордашевская, ст. преподаватель _____

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА……..4

Лист согласования рабочей программы с другими дисциплинами специальности...5

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ……..6

1.1. Технологическая карта обучения дисциплине.....……...6

1.2. Содержание основных тем и разделов дисциплины.....……..7

1.3. Методические рекомендации по освоению дисциплины.....……11

2. КОМПОНЕНТЫ МОНИТОРИНГА УЧЕБНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ СТУДЕНТОВ12

2.1. Технологическая карта рейтинга дисциплины ……12

2.2. Фонд оценочных средств по дисциплине (ФОС).....……14

2.3. Анализ результатов обучения и перечень корректирующих мероприятий по учебной дисциплине.....……22

3. УЧЕБНЫЕ РЕСУРСЫ.....……23

3.1. Карта литературного обеспечения дисциплины.....……23

3.2. Карта материально-технической базы дисциплины.....……...25

Лист внесения изменений.....……26

Пояснительная записка

«Языковая игра в рекламной коммуникации» – дополнительный теоретический курс, предлагаемый студентам на завершающих этапах обучения. Изучение курса основывается на знании стилистики, лексикологии, словообразования, морфологии и синтаксиса.

Актуальность данного курса по выбору обусловлена необходимостью дальнейшего изучения языка рекламы, как средства целенаправленного воздействия на эмоции и поведение реципиентов информации и участвующей в формировании информационной среды современного человека. Рассмотрение языкового механизма функционирования рекламного текста, а также рассмотрение его как стилистического феномена в рамках современной коммуникативной парадигмы с привлечением положений лингвистики текста, стилистики, лексикологии, теории речевого воздействия и психолингвистики, обусловливает исследование языка и стиля рекламы в рамках данного курса по выбору.

Учитель иностранного языка должен правильно понимать строй языка (с языковедческой точки зрения), ясно представлять основные формы существования языка, их грамматические, структурные, семантические, фонетические особенности. Данный курс по выбору призван дать представление об особенностях использования операциональных приемов языковой игры в рекламной коммуникации.

Необходимо также отметить, что языки для специальных целей оказывают влияние на формирование других форм национального языка. К тому же в рекламе наиболее ярко проявляются современные тенденции развития языка (из-за отсутствия в них сдерживающих норм литературного языка). Именно поэтому можно утверждать, что данный курс способствует расширению филологического кругозора учащихся, развитию умения самостоятельно работать с языком, развитию логического мышления студентов. Изучение лингвистических особенностей рекламной коммуникации нацелено на более полное понимание структуры и функционирования языка. Курс способствует расширению филологического кругозора, развитию умения самостоятельно работать с языком, развитию логического мышления студентов.

Данная дисциплина рассчитана на 30 часов (10 аудиторных и 20 для самостоятельной работы), состоит из двух базовых, дополнительного и одного итогового модулей. Итоговый модуль предполагает зачет.

Лист согласования рабочей программы с другими дисциплинами специальности
на 2016 / 2017 учебный год

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную дисциплину	Кафедра	Предложения об изменениях в пропорциях материала, порядка изложения и т.д.	Принятое решение (протокол №, дата) кафедрой, разработавшей программу
Лексикология	Кафедра английской филологии	Часть материала по теме «Способы словообразования» рассматривать в курсе «ЯИ в рекламной коммуникации»	Протокол № 4 от 09.12.2015
Стилистика	Кафедра английской филологии	Часть материала по теме «Функциональные стили» рассматривать в курсе «ЯИ в рекламной коммуникации»	Протокол № 4 от 09.12.2015

Заведующий кафедрой Т.П. Бабак _____

Председатель НМС ФИЯ И.Д. Гордашевская _____

«16» декабря 2015 г.

1.ОРГАНИЗАЦИОННО_МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

1.1. Технологическая карта обучения дисциплине

по выбору «Языковая игра в рекламной коммуникации»
Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика
Профиль: «Перевод и переводоведение»
Квалификация (степень): Бакалавр

Модуль	Содержание модуля	Всего часов в трудоемкости	В том числе	Самост.р		
			Всего аудит.	Лекции	Семинары	
Базовый модуль 1	**Языковая игра как средство воздействия в рекламном слогане** ТЕМА 1. *Статус рекламного слогана в структуре рекламной деятельности.*	3	1	1	-	2
	ТЕМА 2. *Языковая игра как преднамеренная языковая аномалия.*	5	1	1	-	4
	ТЕМА 3. *Языковая игра как инструмент эмоционального воздействия рекламного слогана.*	6	2	2	-	4
Базовый модуль 2	**Функциональная обусловленность использования языковой игры в рекламном слогане** ТЕМА 1. *Стилистический аспект функционирования языковой игры в рекламе.*	6	2	2	-	4
	ТЕМА 2. *Средства реализации языковой игры в рекламном слогане.*	6	2	2	-	4
Дополнительный модуль	*Практический анализ операциональных приемов языковой игры*	4	2	2	-	2
Итого		**30**	**10**	**10**		**20**

1.2. Содержание основных тем и разделов дисциплины по выбору «Языковая игра в рекламной коммуникации»

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика
Профиль: «Перевод и переводоведение»
КВАЛИФИКАЦИЯ (СТЕПЕНЬ): БАКАЛАВР

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – ознакомление студентов с основами рекламной коммуникации.

Задачи дисциплины:

– ознакомить студентов с особенностями рекламной коммуникации;

– рассказать студентам о лингвистической специфике рекламной коммуникации, отличающей ее от других сфер общения;

– показать студентам различные взгляды ученых на структуру рекламного текста;

– научить студентов различать функциональные особенности составляющих рекламного сообщения;

– научить студентов ориентироваться в основных операциональных приемах, используемых для передачи сообщения адресату.

Курс введен в учебный план на завершающих этапах обучения, когда студент уже располагает основными знаниями по основополагающим филологическим дисциплинам. Изучение языковой игры в рекламной коммуникации нацелено на более полное понимание структуры и функционирования языка.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Данная дисциплина рассчитана на 22 часа (16 лекций, 6 часов практических занятий, 50 часов СРС), состоит из двух базовых, дополнительного и одного итогового модулей. Итоговый модуль предполагает зачет в 3 семестра. Всего 72 часа, 2 ЗЕ.

Планируемые результаты обучения:

В результате освоения программы бакалавриата по дисциплине Б1.В.ДВ.9.2 **«Языковая игра в рекламной коммуникации»** студенты должны :

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИЫ

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать базовые понятия рекламной коммуникации, иметь представление о способах речевого воздействия в рамках рекламной стратегии, об её этапах, а также о её связи с другими науками;

разбираться в основных способах речевого воздействия в рамках рекламной стратегии; уметь описывать способы воздействия рекламной стратегии с использованием лингвистических данных;

уметь описывать конкретную речевую ситуацию в рамках рекламной стратегии ((коммуникативный и социальной статус адресата и адресанта, код, тема, контекст и т. д.).

владеть терминосистемой описания рекламной языковой ситуации, уметь использовать лингвистические данные для оценки эффективности воздействия языковой ситуации, прогнозировать тенденции развития языковой ситуации, предлагать возможную стратегию осуществления языковой политики;

В результате освоения программы бакалавриата по дисциплине Б1.В.ДВ.9.2 **«Языковая игра в рекламной коммуникации» у** обучающегося должны быть сформированы общекультурные (ОК-8), общепрофессиональные (ОПК-1, ОПК-2) и профессиональные (ПК-2, ПК-4):

ОК-8 способность
применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля для своего интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования

ОПК-1 способность использовать понятийный аппарат философии, теоретической и прикладной лингвистики,переводоведения, лингводидактики и теории межкультурной коммуникации для решения профессиональных задач;

(ОПК-2) способность видеть междисциплинарные связи изучаемых дисциплин, понимает их значение для будущей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в основной образовательной программе, межпредметные связи

«Языковая игра в рекламной коммуникации» представляет собой дисциплину курса по выбору и входит в блок Дисциплин предметной подготовки. Место дисциплины «Языковая игра в рекламной коммуникации» определяется как 6 семестр 3 курса, т.к. она должна основываться на базе знаний, полученной в предшествующие годы обучения.

По своему материалу и методике преподавания курс «Языковая игра в рекламной коммуникации» тесно связан с курсом «Языкознание», «Лексикология», «Стилистика».

Теоретическими основаниями программы являются:

1. программа высших учебных заведений;
2. курс «Языковая игра в рекламной коммуникации».

Тематика лекционных занятий разработана на основе учебников и учебных пособий по дисциплине. Методы обучения (словесные и наглядные) соотносятся с целями и задачами курса.

Курс «Языковая игра в рекламной коммуникации» рассчитан на один семестр, состоит из лекционных занятий, а также включает часы для самостоятельной работы студентов, одной из форм которой является написание реферата на заданную преподавателем тему (список примерных тем см. далее), представляющую собой

углубленную разработку одной из тем курса. Сдача реферата является условием допуска к зачету.

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «Языковая игра в рекламной коммуникации» включает в качестве обязательного минимума дидактические единицы, интегрирующие тематику теоретического, практического и контрольного учебного материала:
- основные понятия рекламной коммуникации;
- направления исследований рекламной деятельности;
- методы исследований рекламы как вида речетворчества;
- понятие рекламной стратегии. Типология стратегий рекламного воздействия;
-языковая игра: понятие и определение;
-языковая аномалия норма как вариант нормы;
-оперциональные приемы языковой игры на различных уровнях языковой иерархии.

Учебный материал каждой дидактической единицы дифференцирован через следующие разделы:
-**теоретический**, обеспечивающий усвоение необходимого материала;
-практический – выполнение самостоятельного исследования или написание реферата по изучаемым темам;
-**контрольный**, определяющий дифференцированный и объективный учет процесса и результатов учебной деятельности студентов (тестирование).

Профессиональная направленность образовательного процесса по Профессиональная направленность образовательного процесса по учебной дисциплине «Языковая игра в рекламной коммуникации» объединяет все три раздела программы, выполняя связующую координирующую и активизирующую функцию.

СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО КУРСА
Семестр 3

Базовый модуль № 1. Языковая игра как средство воздействия в рекламном слогане – 5 часов

Тема 1.1. Статус рекламного слогана в структуре рекламной деятельности.
Специфика модели рекламного воздействия. Генезис рекламного слогана, его коммуникативно-функциональные аспекты в рамках модели рекламного воздействия. Жанрово-стилистические особенности рекламного слогана.
Тема 1.2. Языковая игра как преднамеренная языковая аномалия.
Языковая игра и языковая норма. Дифференциация понятий «языковая игра», «каламбур», «игра слов».
Тема 1.3. Языковая игра как инструмент эмоционального воздействия рекламного слогана.
Типологические параметры рекламного слогана как жанра. Ситуативный компонент.

Содержательный компонент. Стилистический компонент.

Базовый модуль № 2. Функциональная обусловленность использования языковой игры в рекламном слогане – 3 часа

Тема 2.1. Стилистический аспект функционирования языковой игры в рекламе. Содержательная и формальная структура феномена языковой игры. Мотивированность и функциональная обусловленность ее использования в художественной литературе, разговорной речи и рекламной коммуникации.

Тема 2.2. Средства реализации языковой игры в рекламном слогане. Графические средства реализации языковой игры. Средства реализации языковой игры на фонетическом уровне. Средства реализации языковой игры на морфологическом уровне. Средства реализации языковой игры на лексическом уровне. Средства реализации языковой игры на синтаксическом уровне.

Дополнительный модуль – 2 часа.
Анализ использования операциональных приемов языковой игры на различных языковых уровнях в рекламных текстах.

Итоговый модуль
Зачет

Методические рекомендации для студентов

В ходе подготовки к занятиям студентам необходимо обратить внимание на вопросы для обсуждения, систематизированные в соответствии с содержанием курса. Список рекомендуемой литературы приводится в конце каждого модуля, состоящего из нескольких тем. Для систематизации знаний, умений, навыков, а также опыта из различных областей гуманитарного знания необходимо выполнять задания каждого модуля. Задания систематизированы на основе тематического единства, представленного в ходе освоения курса. Работа над каждым тематическим единством заканчивается опросом, в ходе которого студенты должны представить планы, конспекты занятий, выполненные упражнения и письменные задания. Перевод изучаемого материала из предметной формы в деятельностно-коммуникативную позволит представить результаты практического освоения содержания дисциплины. Таким образом, в рамках каждого тематического единства предусмотрена самостоятельная работа, предполагающая следующие виды учебной деятельности: чтение, анализ, перевод, выполнение заданий преподавателя, написание эссе.

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Текущий контроль за выполнением задач обучения проводится на каждом занятии. Контролируется усвоение навыков применения деловой лексики в сфере коммуникации. Контролируется практическая сторона усвоения материала в проверке домашних заданий по составлению деловой документации. Проводится поурочный опрос лексики и поурочные контрольные работы.

ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ КОНТРОЛЬ

Промежуточный контроль проводится в середине семестра в виде тестирования и написания контрольной работы по изученной лексике.

ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ

Зачет

1. Выполнение теста по пройденным за семестр лексическим и грамматическим темам.
2. Обсуждение предложенных экзаменаторами тем, пройденных в течение семестра.
3. Зачет самостоятельной работы студента в течение семестра.

Система оценивания

К зачету у студентов в течение семестра должны быть готовы работы в соответствие с вышеприведенными практическими работами. Если работа выполняется с ошибками – студент должен выполнить работу над ошибками и сдать ее в надлежащем виде. При выполнении этих условий студент получает «зачет».

2.КОМПОНЕНТЫ МОНИТОРИНГА УЧЕБНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ СТУДЕНТОВ
2.1.ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА РЕЙТИНГА
дисциплины
по выбору «Языковая игра в рекламной коммуникации»

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика
Профиль: «Перевод и переводоведение» (английский и немецкий языки) (о)

КВАЛИФИКАЦИЯ (СТЕПЕНЬ): БАКАЛАВР

Семестр 5

БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ № 1			
	Форма работы	Количество баллов: 40%	
		min	max
Текущая работа	Посещение лекций	0	6
Промежуточный рейтинг-контроль	Тест по пройденному материалу	18	30
Итого:		18	36

БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ № 2			
	Форма работы	Количество баллов: 40%	
		min	max
Текущая работа	Посещение лекций Написание реферата	0 24	4 40
Промежуточный рейтинг-контроль	Тест по пройденному материалу	12	20
Итого:		36	64

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ			
	Форма работы	Количество	
		min	max
	Составление теста по пройденному материалу	0	10
Итого:	0	10	

ИТОГОВЫЙ МОДУЛЬ			
Содержание	Форма работы	Количество баллов: 30 %	
		min	max
	Зачет (собеседование по предложенным вопросам)	18	30
Итого:	18	30	
Общее количество баллов	60	100	

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. В.П. АСТАФЬЕВА»

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Кафедра - разработчик:
Кафедра английской филологии

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
«13» января 2016 г.
протокол № 5
Зав. кафедрой _____ Т.П.Бабак

ОДОБРЕНО
на заседании научно-методического совета
«20» января 2016 г.
протокол № 5
Председатель_____И.Д.Гордашевская

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации обучающихся

Б1.В.ДВ.9.2

Языковая игра в рекламной комуникации

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика
Профиль: «Перевод и переводоведение»
Квалификация (степень): Академический бакалавр

Составитель: А.В.Коршунова, к.ф.н., доцент

Назначение фонда оценочных средств
по дисциплине
по выбору «Языковая игра в рекламной коммуникации»

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика
Профиль: «Перевод и переводоведение»

КВАЛИФИКАЦИЯ (СТЕПЕНЬ): БАКАЛАВР

1.1. Целью создания ФОС дисциплины Б1.В.ДВ 9.2 «Языковая игра в рекламной коммуникации» является установление соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям основной профессиональной образовательной программы, рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ 9.2 «Языковая игра в рекламной коммуникации».

1.2. ФОС по дисциплине решает задачи:

- управление процессом приобретения обучающими необходимых знаний, умений, навыков и формирования компетенций, определенных в ФГОС ВО направления подготовки: 45.03.02 Лингвистика; Профиль: «Перевод и переводоведение»

Квалификация (степень): Бакалавр

- управление процессом достижения реализации ОПОП ВО, определенных в виде набора компетенций;

- оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины

Б1.В.ОД.10.3 «Лексикология» с определением результатов и планирование корректирующих мероприятий;

- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс;

- совершенствование самоконтроля и самоподготовки обучающихся.

1.3. ФОС разработан на основании нормативных документов:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки: 45.03.02 Лингвистика Профиль: «Перевод и переводоведение» ˚. Квалификация (степень): Бакалавр;

- Положения о формировании фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева» и его филиалах.

2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе изучения дисциплиным Б1.В.ДВ 9.2 «Языковая игра в рекламной коммуникации».

2.1. Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины Б1.В.ДВ 9.2 «Языковая игра в рекламной коммуникации»:

общекультурные (ОК-8),
общепрофессиональные (ОПК-1, ОПК-2):
ОК-8 способность
применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля для своего интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования
ОПК-1 способность использовать понятийный аппарат философии, теоретической и прикладной лингвистики,переводоведения, лингводидактики и теории межкультурной коммуникации для решения профессиональных задач;
ОПК-2. Способность видеть междисциплинарные связи изучаемых дисциплин, понимает их значение для будущей профессиональной деятельности.

2.2. Этапы формирования и оценивания компетенций

Компетенция Этап формирования компетенции Тип контроля Оценочное средство/ КИМы

ОК-8. Способность применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля для своего интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования. Ориентировочный текущий контроль 4 мониторинг посещаемости занятий когнитивный текущий контроль 5 индивидуальный ответ праксиологический текущий контроль 2 тест рефлексивно-оценочный промежуточная аттестация 1 зачет

ОПК-1. Готовность сознавать социальную значимость своей будущей профессии,

обладать мотивацией к осуществлению профессиональной деятельности. Ориентировочный текущий контроль 4 мониторинг посещаемости занятий когнитивный текущий контроль 6 работа в малых группах праксиологический текущий контроль 3 тест рефлексивно-оценочный промежуточная аттестация 1 зачет

ОПК-2. Способность видеть междисциплинарные связи изучаемых дисциплин, понимает их значение для будущей профессиональной деятельности. Ориентировочный текущий контроль 4 мониторинг посещаемости занятий когнитивный текущий контроль 5 индивидуальный ответ праксиологический текущий контроль 6 работа в малых группах рефлексивно-оценочный промежуточная аттестация 1 зачет

3. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

3.1. Фонд оценочных средств включает: Вопросы и задания к зачету.

3.2. Оценочные средства

3.2.1. Оценочное средство 1 (промежуточная аттестация): Вопросы и задания к зачету.

Критерии оценивания по оценочному средству 1: Вопросы и задания к зачету:

Формируемые компетенции Высокий уровень сформированности компетенций Продвинутый уровень сформированности компетенций Базовый уровень сформированности компетенций 87-100 баллов отлично 73-86 баллов хорошо 60-72 баллов удовлетворительно

ОК-8. Способность применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля для своего интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования. Обучающийся на высоком уровне демонстрирует способность использовать основы философских и социогуманитарных знаний для формирования научного мировоззрения. Обучающийся на среднем уровне демонстрирует способность использовать основы философских и социогуманитарных знаний для формирования научного мировоззрения. Обучающийся на удовлетворительном уровне демонстрирует способность использовать основы философских и социогуманитарных знаний для формирования научного мировоззрения.

ОПК-1. Готовность сознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать мотивацией к осуществлению профессиональной деятельности. Обучающийся на высоком уровне готов сознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать мотивацией к осуществлению профессиональной деятельности. Обучающийся на среднем уровне готов Обучающийся на удовлетворительном уровне готов сознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать мотивацией к осуществлению профессиональной деятельности

ОПК-5. **ОПК-2.** Способность видеть междисциплинарные связи изучаемых дисциплин, понимает их значение для будущей профессиональной деятельности. Обучающийся на высоком уровне владеет основами профессиональной этики и речевой культуры. Обучающийся на среднем уровне владеет основами профессиональной этики и речевой культуры. Обучающийся на удовлетворительном уровне владеет основами профессиональной этики и речевой культуры.

Менее 60 баллов – компетенция не сформирована.

Для дополнительного набора баллов предлагается дополнительный модуль. Студенты могут составить тест по одной из предложенных тем (количество вопросов в тесте – не менее 10).

Студенты, набравшие 60 % баллов по итогам базовых модулей и дополнительного модуля, получают зачет автоматом. Студенты, набравшие менее 60 % баллов, сдают зачет. Зачет проводится в форме устного собеседования по предложенным вопросам.

БАНК КОНТРОЛЬНЫХ ЗАДАНИЙ

Вопросы	Баллы
1) Реклама – это а) оповещение различными способами для создания широкой известности чему-нибудь с целью привлечения потребителей; б) планомерное воздействие на человеческую психику в целях воздействия на сознание человека; в) попытка расширить информацию до каждой сферы жизнедеятельности человека. 2) Главенствующей функцией рекламы является: а) Информирующая (информативная); б) Воздействующая (побуждающая, увещевательная, агитирующая или конкурентная; в) Напоминающая (сохранная, подкрепляющая). 3) Стратегии проекционного типа задействуют а) левополушарное мышление; б) правополушарное мышление; в) оба полушария. 4) На этапе восприятии слоган выполнет: а) аттрактивную/фатическую функцию; б) мнемоническую функцию; в) волюнтативную функцию. 5) Этап запоминания характеризуется следующей функцией слогана: а) эмотивной; б) волюнтативная; в) фатическую. 6) Ведущей функцией слогана на этапе вовлечения является: а) волюнтативная; б) эстетическая; в) аттрактивная. 7) Дифференциация слогана и заголовка возможна вследствие: а) доминирующей функции и расположения в рекламном тексте; б) структурной и функциональной близости; в) функциональной конверсии. 8) Проблема речевых жанров впервые была сформулирована а) М.М. Бахтиным; б) Ю.В. Рождественским; в) В.В. Виноградовым. 9) Лишним в определении рекламного текста является слово: а) гомогенный; б) креолизованный;	*За каждый правильный ответ студент получает один балл.*

в) лингвовизуальный. 10) Эффект вербальной сатиации это а) состояния аудитории, проявляющей снижение готовности получать информацию в результате восприятия однотемных или однообразных сообщений; б) воздействие на образ мыслей, систему ценностей, поведение, навязывание представления о красоте, вкусе; в) употребление слогана длительное время, чтобы наименование продукта задержалось в памяти потребителя.	
	За каждый правильный ответ студент получает два балла, за неполный или частично правильный ответ – один балл.

<u>Тест к БМ №2.</u>

Утверждения	Ответы	Баллы
1) Сближение понятий «язык» и «игра» произошло в концепции… . 2) Назовите два типа отступления от языковой нормы. 3) Критерием разграничения фактов языковой игры и речевых ошибок является … . 4) Приведите не менее 5 функций языковой игры в художественных произведених и разговорной речи 5) Назовите не менее 3 основных функций языковой игры в рекламном слогане. 6) Дайте соотношение каламбура, игры слов и языковой игры с точки зрения А.П. Сковородникова. 7) Механизмы формально-семантического варьирования используют свойство … языкового знака. 8) В рекламном тексте в силу его специфики используется … тип двойной актуализации значения. 9)Псевдочленение, псевдомотивация, псевдовосстановление производящей основы – все перечисленные термины используются для обозначения одного и того же явления – 10) Основу приема псевдочленения узуальных слов графическими средствами составляет сегмент, образующий … фоносемант.		*За каждый правильный ответ студент получает два балла.*
В следующем столбце поставьте знак “+” напротив верного утверждения, знак “–”		*За каждый правильный*

– напротив ложного. 11) На фонологическом уровне отсутствуют выразительные средства, т.к. фонемы обладают только планом выражения. 12) Парономазияя, представляющая созвучие двух слогов, стоящих на конце стиха, в том числе грамматическая, использующая одинаковые суффиксы или флексии, называется ассонанс. 13) Интериорные графоны реализуются на стыках слов. 14) На морфологическом уровне в силу типологических особенностей английского языка выявлено много случаев применения игровых приемов с использованием возможностей морфем и их выдвижения. 15) Использование приема отклонения от грамматических правил является способ увеличения объема информации путем наложения смыслов. 16) Контаминация более удачна, когда построена на игре не только с формой, но и со смыслом. 17) Неожиданное появление нового элемента в известном высказывании ослабляет прагматический потенциал языковой единицы. 18) Нарушение привычной логики синтаксического соединения частей предложения, смысловые расхождения между их узуальным и окказиональным употреблением снижают экспрессивность выказывания. 19) Конвергенция – схождение в одном месте пучка стилистических приемов, участвующих в единой стилистической функции. 20) Использование приемов ЯИ способствует повышению эмоциональной эффективности рекламного слогана.		*ответ студент получает один балл.*

Вопросы к зачету по теме «Языковая игра в рекламной коммуникации»

Курс по выбору

1. Специфика модели рекламного воздействия
2. Генезис рекламного слогана
3. Коммуникативно-функциональные аспекты рекламного слогана в рамках модели рекламного воздействия
4. Жанрово-стилистические особенности рекламного слогана
5. Понятие языковой нормы
6. Понятие языковой игры
7. Дифференциация понятий «языковая игра», «каламбур», «игра слов»
8. Типологические параметры рекламного слогана как жанра
9. Функциональная обусловленность использования языковой игры в рекламном слогане
10. Средства реализации языковой игры в рекламном слогане

2.3. Анализ результатов обучения и перечень корректирующих мероприятий по дисциплине «Лексикология»

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика
Профиль: «Перевод и переводоведение» °
Квалификация (степень): Бакалавр

Для проведения анализа учебных достижений студентов по дисциплине Б1.В.ОД.10.3 «Лексикология» применяются:

1. тестирование;
2. мониторинг посещаемости лекций и качества выполнения студентами практических работ (индивидуальная работа, КСР);
3. доклады с презентацией (на основе рефератов);
4. представление результатов учебно-исследовательской и культурно-просветительской деятельности (проекты);
5. разработку компьютерных презентаций, демонстрирующих результаты исследования по теме, определенной преподавателем.

3. УЧЕБНЫЕ РЕСУРСЫ

3.1.КАРТА ЛИТЕРАТУРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Языковая игра в рекламной коммуникации

Специальность 45.03.02 «Перевод и переводоведение»

Направление: «Лингвистика и межкультурная коммуникация»

специализация «Письменный и устный перевод»

№ п/п	Наименование	Наличие место/(кол-во экз.)	Потребность	Примечания
	Обязательная литература			
	Базовый Модуль №1			
1	Prokhorova N.M. English Lexicology (Lectures and Practical Guide). Text-book. Красноярск, КГПУ им. В.П.Астафьева, 2008	100	-	
2	Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка [Текст] : учебное пособие / И. В. Арнольд. - 2-е изд., перераб. - М. : Флинта : Наука, 2012. - 376 с.	35	-	
3	Бабич, Г. Н. Lexicology: A Current Guide. Лексикология английского языка [Текст] : учебное пособие / Г. Н. Бабич. - 6-е изд. - М. : Флинта : Наука, 2012. - 200 с.	35	-	
	Базовый Модуль №2			
1	Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык [Текст] : учебник / И. В. Арнольд ; ред. П. Е. Бухаркин. - 11-е изд. - М. : Флинта : Наука, 2012. - 384 с.	35	-	
2	Кухаренко, В. А. Практикум по стилистике английского языка. Seminars in Stylistics [Текст] : учебное пособие / В. А. Кухаренко. - 6-е изд. - М. : Флинта : Наука, 2012. - 184 с.	35	-	

	Дополнительная литература			
	Базовый Модуль №1			
1	Моисеев А.П. Основы теории коммуникации: Учебное пособие, Томск, 2004. – 128 с.	-	5	
2	Пирогова Ю.К. Скрытые и явные сравнения//Реклама и жизнь, 1998.	-	-	

3	Уильям Уэллс. Реклама: принципы и практика//Advertising: principes&practice. — СПб.: Питер, 2001. — 736 с.	-	2	
	Базовый Модуль №2			
1	Leech G. N. English in Advertising: A Linguistic Study of Advertising in Great Britain (English Language Series) / G. N. Leech. – London: Longman, 1966.	-	1	
2	Блинкина-Мельник М. М. Рекламный текст: Задачник для копирайтеров / М. М. Блинкина-Мельник. – М.: ОГИ, 2004. – 200 с.	-	1	

3.2. Карта материально-технической базы дисциплины изучения «Лексикология»

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика

Профиль: «Перевод и переводоведение»

Квалификация (степень): Бакалавр

Аудитория	Оборудование (наглядные пособия, макеты, модели, лабораторное оборудование, компьютеры, интерактивные доски, проекторы, информационные технологии, программное обеспечение и др.)
№1-22	• Лекционные аудитории мультимедиапроектор; • компьютер (ноутбук Asus); • программное обеспечение; • экран; • доска.

Лист внесения изменений	
Дополнения и изменения рабочей программы на 20_____/20___ учебный год В рабочую программу вносятся следующие изменения: 1.	

2.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры английской филологии и иноязычного образования "_____"_____ 20___г. протокол №_____.

Внесенные изменения утверждаю:

Заведующий кафедрой ГРФ и ИО
к.п.н., доцент Т.П. Бабак

Декан факультета иностранных языков
к.п.н., доцент Т.Л. Батура

"_____"_____ 20__ г.