

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

**Колледж технологии, моделирования и управления**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ОП.12**

(Индекс дисциплины)

**Рекламный текст**

(Наименование дисциплины)

Учебный план: 24-02/1/8

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Программа подготовки: Базовая подготовка

### План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	<b>Трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>52</b>	
	<b>Из них аудиторной нагрузки</b>	<b>44</b>	
	Лекции, уроки	28	
	Практические занятия	14	
	Консультации	2	
	<b>Промежуточная аттестация (экзамен)</b>	<b>6</b>	
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>2</b>		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен	1	
	Зачет		
	Контрольная работа		
	Курсовой проект (работа)		

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утверждённым приказом Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Старк М.В.

*(должность, Ф.И.О., подпись)*

Председатель цикловой  
комиссии:

Понарина Е.А.

*(Ф.И.О. председателя, подпись)*

## СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Корабельникова М.А.

*(Ф.И.О. директора, подпись)*

Методический отдел: Ястребова С.А.

*(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)*

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Рекламный текст»

## 1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Рекламный текст» является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама».

Учебная дисциплина «Рекламный текст» обеспечивает формирование общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама».

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 2 ОК 04, ОК 09, ПК 1.1, ПК 4.1

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 1.1	- делать обоснованные выводы по результатам проведения исследований, определять целевую аудиторию	- Правила оформления таблиц и графиков.
ПК 4.1	- составлять рекламные тексты	- основные приемы и методы воздействия на аудиторию
ОК 02	Определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.
ОК 04	Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	Психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности.
ОК 09	Понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы, понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы..	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; правила чтения текстов профессиональной направленности

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Введение</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	ОК 02, ОК 04
	Содержание и структура дисциплины. Роль и значение рекламного текста в рекламном обращении.	2	
<b>Тема 1. Основные вербальные составляющие вербального текста</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 02, ОК 04
	Слоган. Заголовок. Основной рекламный текст. Рекламные реквизиты.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическое занятие № 1 Разработка слоганов для рекламного обращения <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	2	
<b>Тема 2. Маркетинговая информация в рекламном тексте</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 02, ОК 04, ПК 1.1 ПК 4.1
	Имя бренда. Уникальное торговое предложение.	2	
	Дополнительная маркетинговая информация. Товарная информация	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическое занятие № 2 Разработка заголовка для рекламного обращения <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	2	
<b>Тема 3. Интра-лингвистические особенности рекламного текста</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 02, ОК 04, ПК 1.1 ПК 4.1
	Фонетика рекламного текста. Лексика рекламного текста.	2	
	Синтаксис рекламного текста. Читаемость рекламного текста.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие № 3 Разработка основного рекламного текста <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы, опрос	4	
<b>Тема 4. Стилистика рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 02, ОК 04, ПК 1.1 ПК 4.1
	Специфика стиля рекламы. Тропы	2	
	Речевые фигуры. Жанры рекламы	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие № 4 Применение троп в рекламных обращениях <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы, опрос	4	
<b>Тема 5. Приемы речевого воздействия в рекламе</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 02, ОК 04, ПК 1.1 ПК 4.1
	Языковое манипулирование. Приемы нейролингвистического программирования в рекламе.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическое занятие № 5 Аргументация в рекламе. <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы, опрос	2	
<b>Тема 6. Тексты различных средств рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 02, ОК 04, ПК 1.1 ПК 4.1
	Реклама в прессе. Психогномика печатного рекламного текста. Реклама в газетах и журналах.	2	
	Прямая почтовая рассылка. Тексты радиорекламы.	2	

	Интернет-реклама.		
<b>Тема 7. Экспертная оценка рекламного текста</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 02, ОК 04, ПК 1.1 ПК 4.1
	Коммуникативная эффективность рекламных текстов.	2	
	Этнокультурные особенности рекламных текстов.	2	
	Специфика рекламных текстов различных товаров	2	
<b>Самостоятельная работа обучающегося</b>		<b>2</b>	
<b>Консультации</b>		<b>2</b>	
<b>Промежуточная аттестация - экзамен</b>		<b>6</b>	
		<b>Всего</b>	<b>52</b>

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрен Кабинет русского языка и литературы,** оснащенный оборудованием:

стол и стул преподавателя,

столы и стулья ученические (по кол-ву студентов в группе),

техническими средствами обучения:

компьютер с лицензионным программным обеспечением Microsoft Windows10 Pro;

Office Standard 2016;

мультимедийный проектор; экран.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

##### 3.2.1. Обязательные печатные издания

##### 3.2.2 Электронные издания (электронные ресурсы)

###### а) основная учебная литература

1. Высоцкая И.В. Современный рекламный текст: прецедентность и интердискурсивность : учебное пособие. — 2-е изд., перераб. / И.В. Высоцкая. - Москва : Флинта, 2022. - 84 с. - ISBN 978-5-9765-4870-1. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/385668/reading> - Текст: электронный.

2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 15-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 538 с. — ISBN 978-5-394-03441-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85319.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

###### б) дополнительная учебная литература

1. Шугерман Дж. Как создать крутой рекламный текст: Принципы выдающегося американского копирайтера / Пер. с англ. - Москва : Альпина, 2020. - 438 с. - ISBN 978-5-9614-1904-7. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/376077/reading> - Текст: электронный.

2. Егерев, К. Этой кнопке нужен текст: О UX-писательстве коротко и понятно / К. Егерев ; под редакцией А. Новресли. — Москва : Альпина Паблишер, 2021. — 192 с. — ISBN 978-5-9614-4211-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109267.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

###### в) учебно-методическая литература

1. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99228.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137769.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

##### 3.2.3. Дополнительные электронные источники

1. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>

2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>знать</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Правила оформления таблиц и графиков.</li> <li>- основные приемы и методы воздействия на аудиторию</li> </ul> <p>Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p> <p>Психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности. правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>	<p>демонстрирует знание основных категорий и понятий; имеет гражданскую позицию; выполняет задания на творческом уровне; осуществляет осознанный выбор; осуществляет анализ и коррекцию ошибок; работает в группе, представляет свою и общую позицию группы</p>	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ. устный опрос. Письменный опрос Экзамен</p>
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>уметь</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- делать обоснованные выводы по результатам проведения исследований, определять целевую аудиторию</li> <li>- составлять рекламные тексты</li> </ul> <p>Определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p> <p>Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.</p> <p>Понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы, понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	<p>Обучающийся находит необходимую информацию из различных источников за оптимальное время; владеет приемами информационной переработки текста. применяет исторический, социологический, юридический подходы для всестороннего анализа общественных явлений.</p>	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ. устный опрос. Экзамен</p>