

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.12

Рекламный текст

Учебный план: № 25-02-1-5

Код, наименование специальности, направленность 42.02.01 Реклама, Планирование рекламных кампаний и продвижение средствами цифровых технологий
Квалификация выпускника Специалист по рекламе
Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: Очная

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Трудоемкость учебной дисциплины	52	
	Из них аудиторной нагрузки	44	
	Лекции, уроки	28	
	Практические занятия	14	
	Консультации	2	
	Промежуточная аттестация	6	
	Курсовой проект (работа)		
	Самостоятельная работа	2	
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен	3	
	Зачет с оценкой		
	Контрольная работа		
	Курсовой проект (работа)		

Санкт-Петербург
2025

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

Составитель(и): Коняева А.С.

(Ф.И.О.)

Председатель цикловой
комиссии:

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.

(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.

(Ф.И.О. сотрудника отдела)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части общепрофессионального цикла образовательной программы (ОП).

Дисциплина обеспечивает формирование общих (ОК) компетенций.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающегося следующих компетенций на базе полученных знаний и умений

Код и формулировка ПК	Знания	Умения
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	фонетику и лексику рекламного текста; специфику стиля рекламы: тропы, речевые фигуры, жанры рекламы, приемы речевого воздействия в рекламе; основные вербальные составляющие рекламного текста	разрабатывать слоганы, заголовки, рекламные реквизиты для рекламного обращения; применять логику и аргументацию в рекламном тексте; составлять рекламные тексты для различных средств рекламы – пресса, ТВ, почтовые рассылки и другое

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

2.1. Тематический план и содержание дисциплины:

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
1	2	3
Тема 1. Основные вербальные составляющие вербального текста	Содержание учебного материала	6
	Слоган. Заголовок. Основной рекламный текст. Рекламные реквизиты	4
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие №1. Тема: Разработка слоганов для рекламного обращения	2
Тема 2. Маркетинговая информация в рекламном тексте	Содержание учебного материала	6
	Имя бренда. Уникальное торговое предложение	2
	Дополнительная маркетинговая информация. Товарная информация	2
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие №2. Тема: Разработка заголовка для рекламного обращения	2
<i>Текущий контроль – устный опрос, проверка выполнения заданий</i>		
Тема 3. Интралингвистические особенности рекламного текста	Содержание учебного материала	6
	Фонетика рекламного текста. Лексика рекламного текста	2
	Синтаксис рекламного текста. Читаемость рекламного текста	2
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие №3. Тема: Разработка основного рекламного текста	2
<i>Текущий контроль – устный опрос, проверка выполнения заданий</i>		
Тема 4. Стилистика рекламы	Содержание учебного материала	8
	Специфика стиля рекламы. Тропы. Речевые фигуры. Жанры рекламы	4
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №4. Тема: Применение тропов в рекламных обращениях	4
	Содержание учебного материала	6

Тема 5. Приемы речевого воздействия в рекламе	Языковое манипулирование. Приемы нейролингвистического программирования в рекламе	2
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №5. Тема: Аргументация в рекламе	4
<i>Текущий контроль – устный опрос, проверка выполнения заданий</i>		
Тема 6. Тексты различных средств рекламы	Содержание учебного материала	4
	Реклама в прессе. Психографика печатного рекламного текста. Реклама в газетах и журналах	2
	Прямая почтовая рассылка. Тексты радиорекламы	2
Тема 7. Экспертная оценка рекламного текста	Содержание учебного материала	6
	Коммуникативная эффективность рекламных текстов.	2
	Этнокультурные особенности рекламных текстов	2
	Этнокультурные особенности рекламных текстов	2
	Специфика рекламных текстов различных товаров	2
	<i>Текущий контроль – устный опрос</i>	
Самостоятельная работа - подготовка к промежуточной аттестации		2
Консультации		2
Промежуточная аттестация (экзамен)		6
Всего:		52

2.2 Курсовое проектирование (не предусмотрено УП)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены

Кабинет «Русского языка и литературы», включающий:

стол, стул преподавателя;

стол, стулья для обучающихся (по кол-ву обучающихся в группе);

доска;

компьютер с лицензионным программным обеспечением: Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016;

проектор, экран;

шкафы, тумбы;

наглядные пособия;

раздаточные материалы.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

3.2.1 Учебная литература

а) основная

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. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>

3. Колышкина, Т. Б. Рекламный текст : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557119>

б) дополнительная

1. 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

2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>

3.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

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>
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>

4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Обучающийся владеет принципами оформления документации с применением современных средств и устройств информатизации; знает порядок применения справочно-правовых систем, основные положения нормативно-правовой документации; использует в своей речи научную и профессиональную терминологию; выполняет задания на творческом уровне; грамотно и творчески составляет рекламные тексты	Теоретические вопросы, практические задания
Хорошо	Обучающийся владеет принципами оформления документации с применением современных средств и устройств информатизации; знает порядок применения справочно-правовых систем, основные положения нормативно-правовой документации; использует в своей речи научную и профессиональную терминологию; выполняет задания с небольшими ошибками; составляет рекламные тексты	
Удовлетворительно	Обучающийся владеет принципами оформления документации с применением современных средств и устройств информатизации; с ошибками применяет справочно-правовые системы, основные положения нормативно-правовой документации; неграмотно использует в своей речи научную и профессиональную терминологию; выполняет задания на творческом уровне с ошибками; составляет рекламные тексты с ошибками	
Неудовлетворительно	Обучающийся не владеет принципами оформления документации с применением современных средств и устройств информатизации; не знает порядок применения справочно-правовых систем, основные положения нормативно-правовой документации; не использует в своей речи научную и профессиональную терминологию; не выполняет задания на творческом уровне; не составляет рекламные тексты	