МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО И PR-ТЕКСТА

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
заочная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Лингвистические особенности рекламного и PR-текста» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Новикова Н.В.

Утверждена на заседании высшей школы телевидения от 06.04.2026 , протокол № 7

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Булах С.П.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат	1575566011
Номер транзакции	00000000010A55EE
Владелец	Булах С.П.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Лингвистические особенности рекламного и PR-текста» является: помочь студентам приобрести необходимые знания и умения для разработки рекламных и PR-сообщений. Дисциплина в качестве приоритетных рассматривает такие вопросы, как выразительные и художественные средства в рекламе, стилистика рекламы, специфика языка и стиля PR-материалов.

Задачи освоения дисциплины:

- повысить уровень речевой культуры будущих специалистов в сфере рекламы и PR; совершенствовать их речевые способности;
- выработать и закрепить навыки грамотной, логичной, эффективной речи в условиях публичной коммуникации;
- систематизировать знания студентов в области функционально-стилистических возможностей и выразительных средств русского языка;
- научить студентов оценивать эффективность воздействия рекламного текста или PR-текста на определенную целевую аудиторию с точки зрения выбранной коммуникативной стратегии и используемых языковых ресурсов;
- сформировать у обучаемых навыки отбора языковых ресурсов при разработке определенного рекламного продукта или PR-материала;
- выработать у студентов необходимые навыки анализа и экспертной оценки рекламного и PR-текста;
- закрепить знания о базовых нормативно-правовых документах, регулирующих деятельность в сфере рекламы и PR.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)				

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	**Формирование ценностей**	**Целевые ориентиры**
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Гражданственность	Доброжелательность и открытость

Формирование духовно-нравственных ценностей		
Развитие культуры здорового образа жизни	Милосердие Высокие нравственные идеалы	Гибкость мышления
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие творческих способностей и умения решать нестандартные задачи	Гражданственность Высокие нравственные идеалы Взаимопомощь и взаимоуважение	Доброжелательность и открытость
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Взаимопомощь и взаимоуважение	Гибкость мышления

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Для освоения дисциплины «Лингвистические особенности рекламного и PR-текста» студенты используют знания и умения, полученные ими при изучении таких дисциплин, как «Основы рекламы и PR», «Реклама и PR в традиционных СМИ». Курс «Лингвистические особенности рекламного и PR-текста» тесно связан с другими лингвистическими дисциплинами,такими, как«Язык и стиль масс-медиа», «Мастерство публичного выступления», «Культура устной речи». Поэтому дисциплина входит в базовую часть общепрофессионального цикла учебного плана по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттестации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью	ЗФО	Б1.В	3	4	9	0	8	0	1	0	135	ДЗ

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ЗФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ЗФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Общая характеристика рекламной коммуникации. Язык и стиль рекламы	РД1	0	2	0	33	1. Консультирование студентов в процессе подготовки к заданиям. 2. Оценка выполненных студентами домашних заданий.
2	Общая характеристика рекламной коммуникации. Понятие эффективного рекламного текста и оценка эффективности РТ	РД1	0	2	0	33	1. Консультирование студентов в процессе подготовки к заданиям. 2. Оценка выполненных студентами домашних заданий.
3	Виды и жанры рекламных произведений	РД1, РД2, РД3	0	2	0	33	1. Консультирование студентов в процессе подготовки к заданиям. 2. Оценка выполненных студентами домашних заданий.
4	Русский язык как ресурс рекламы	РД1, РД2, РД3	0	2	0	36	1. Консультирование студентов в процессе подготовки к заданиям. 2. Оценка выполненных студентами домашних заданий.
Итого по таблице			**0**	**8**	**0**	**135**	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ЗФО

Тема 1 Общая характеристика рекламной коммуникации. Язык и стиль рекламы.

Содержание темы: Целевое назначение РТ. Предметная область рекламного обращения. Адресант и адресат РТ. Основные критерии коммуникативной эффективности рекламного обращения: распознаваемость, запоминаемость, притягательная сила, агитационная сила, типы рекламных стратегий, вербальное и невербальное оформления РТ.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие в интерактивной форме. Работа студентов по подгруппам по заданиям, спланированным заранее.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение и конспектирование учебной и научной литературы, подготовка выступлений по теме практического занятия. Подборка необходимых примеров и иллюстраций. Выполнение упражнений. Подготовка реферативных сообщений.

Тема 2 Общая характеристика рекламной коммуникации. Понятие эффективного рекламного текста и оценка эффективности РТ.

Содержание темы: Целевое назначение РТ. Предметная область рекламного обращения. Адресант и адресат РТ. Основные критерии коммуникативной эффективности рекламного обращения: распознаваемость, запоминаемость, притягательная сила,

агитационная сила. Типы рекламных стратегий. Вербальное и невербальное оформление РТ.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие в интерактивной форме. Работа студентов по подгруппам по заданиям, спланированным заранее.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение и конспектирование учебной и научной литературы, подготовка выступлений по теме практического занятия. Подборка необходимых примеров и иллюстраций. Выполнение упражнений. Подготовка реферативных сообщений.

Тема 3 Виды и жанры рекламных произведений .

Содержание темы: Рекламное объявление. Рекламная статья. Рекламное интервью. Рекламный очерк. Креативные виды и жанры рекламы (по И. Имшинецкой). Телевизионная реклама. Радио реклама. Печатная реклама. Наружная реклама. Интернет-реклама.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие в интерактивной форме. Работа студентов по подгруппам по заданиям, спланированным заранее.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение и конспектирование учебной и научной литературы, подготовка выступлений по теме практического занятия. Подборка необходимых примеров и иллюстраций. Выполнение упражнений. Подготовка реферативных сообщений.

Тема 4 Русский язык как ресурс рекламы.

Содержание темы: Русский язык как ресурс рекламного текста. Возможности языка как системно-структурного образования. Фонетические средства оформления РТ. Благозвучие РТ. Ритм и рифма. Орфографические игры в РТ. Словообразовательные ресурсы русского языка. Классификации словообразовательных техник, используемых в рекламе. Окказиональные слова в рекламе. Языковая игра. Лексический ресурс РТ. Фразеологизмы в РТ. Глагольные, именные и комбинированные РТ. Личные и неопределенные местоимения и прием «обманутое ожидание». Роль числительных в РТ. Сравнительная и превосходная степень прилагательных и наречий в рекламном обращении. Эффект исключительности. Имена собственные в РТ. Синтаксис рекламного текста. Синтаксис заголовка, слогана. Обоснование выбора различных типов предложений в РТ: повествовательных, побудительных, восклицательных и вопросительных. Утвердительные и отрицательные конструкции. Экспрессивные синтаксические конструкции в РТ.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие в интерактивной форме. Работа студентов по подгруппам по заданиям, спланированным заранее.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение и конспектирование учебной и научной литературы, подготовка выступлений по теме практического занятия. Подборка необходимых примеров и иллюстраций. Выполнение упражнений. Подготовка реферативных сообщений.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов предполагает обращение к учебной и научной литературе, выполнение самостоятельно разнообразных упражнений и написание

рефератов. На занятиях проходит обсуждение в форме дискуссий сложных вопросов, касающихся языка и стиля, структуры и жанров рекламного и PR-текстов. Студенты на практических занятиях выполняют мини-контрольные работы и пишут итоговую зачетную работу по изучаемой дисциплине. Предложенный в пункте 9список литературы позволяет освоить основные понятия и термины изучаемой дисциплины. На практических занятиях студенты овладевают навыками лингвистического анализа рекламного и PR-текста. По некоторым темам студентам будет предложена специальная, дополнительная литература, которую необходимо прочесть, чтобы получить узкоспециальные знания. Источники из списка дополнительной литературы будут предложены по конкретной теме и прокомментированы вначале занятия или в связи с заданием. Итоговая контрольная работа по изучаемой дисциплине также позволяет оценить уровень знаний, полученных студентами в процессе обучения. При подготовке к практическим занятиям студент должен ознакомиться с учебной и научной литературой, быть готовым ответить на контрольные вопросы. Все виды и формы оценок знаний студентов предложены в Фонде оценочных средств. Оценка по дисциплине «Языковые особенности рекламного и PR-текста» формируется в соответствии с положением о рейтинговой системе оценки знаний. Учитываются 4 основных вида контроля: 1. посещение практических занятий; 2. мини-контрольные работы; 3. итоговая контрольная работа. Неудовлетворительная оценка, полученная студентом, пересдается по правилам рейтинговой оценки знаний студентов ВГУЭС.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Методология и методы научных исследований в лингвистике : учебно-методическое пособие / составитель Е. Н. Назаренко. — Донецк : ДонГУ, 2024. — 200 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/504543 (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Салмина, Д. В. Проблемы современного терминоведения. Лингвистические термины за пределами специального текста : учебник для вузов / Д. В. Салмина, И. С. Куликова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14384-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/565847 (дата обращения: 01.09.2025).

3. Сурикова, Т. И. Лингвистические основы деловой коммуникации : учебник / Т.И. Сурикова, В.И. Коньков. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 248 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1062745. - ISBN 978-5-16-018925-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2074337 (дата обращения: 31.05.2026)

7.2 Дополнительная литература

1. Голуб И. Б. СТИЛИСТИКА РУССКОГО ЯЗЫКА 6-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 484 - Режим доступа: https://urait.ru/book/stilistika-russkogo-yazyka-450771

2. Гришко Н. Д. Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы : Научные монографии [Электронный ресурс] - Москва : Лаборатория книги , 2012 - 141 - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142345

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 (дата обращения: 29.09.2026).

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: http://biblioclub.ru/
3. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
4. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
5. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: https://urait.ru/
6. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: http://oaji.net/
7. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: https://www.prlib.ru/
8. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: http://www.consultant.ru/

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО И PR-ТЕКСТА

Направление и направленность (профиль)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Медиакоммуникации в рекламе и связях с общественностью

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
заочная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Б-РК)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Заочная форма обучения				
РД1	Знание : - основных терминов и категорий рекламного текста и правил копирайтинга; - понятия эффективного рекламного текста	1.1. Общая характеристика рекламной коммуникации. Язык и стиль рекламы	Доклад, сообщение	Контрольная работа
			Практическая работа	Контрольная работа
		1.2. Общая характеристика рекламной коммуникации. Понятие эффективного рекламного текста и оценка эффективности РТ	Доклад, сообщение	Контрольная работа
			Практическая работа	Контрольная работа
		1.3. Виды и жанры рекламных произведений	Доклад, сообщение	Контрольная работа
			Практическая работа	Контрольная работа
		1.4. Русский язык как ресурс рекламы	Доклад, сообщение	Контрольная работа
			Практическая работа	Контрольная работа

РД2	Умение : - редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами	1.3. Виды и жанры рекламных произведений	Практическая работа	Контрольная работа
			Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа
		1.4. Русский язык как ресурс рекламы	Практическая работа	Контрольная работа
			Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа
РД3	Навык : - литературного редактирования рекламного текста и копирайтинга	1.3. Виды и жанры рекламных произведений	Практическая работа	Контрольная работа
			Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа
		1.4. Русский язык как ресурс рекламы	Практическая работа	Контрольная работа
			Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не формированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Пример разноуровневых задач и заданий

1. **1. Найдите, подчеркните и кратко (но полно) объясните речевые неудачи:**

- *Они будут гнуть свою палку, пока не добьются успеха.*
- *Коммерческих магазинов сейчас – прудом пруди.*
- *У нас много сообщников среди хороших и умных людей.*

1. **2. Выпишите предложения с речевыми неудачами. Подчеркните место ошибки и назовите уровень и тип допущенных нарушений:**

- *Условием объединения в совместные предприятия является то, что каждый из участников должен быть юридическим лицом.*
- *Человечество стремится к тому, чтобы с войнами было бы покончено.*
- *Раскольникова постоянно мучает проблема, что «тварь ли я дрожащая или право имею?»*
- *Мы увлекаемся и смотрим передачи о спорте.*

1. **3. Выберите грамматически правильное продолжение предложения:**

- *Выбрав пьесу (оказалось, что там слишком много ролей; началось распределение ролей; была назначена первая репетиция; мы немедленно начали репетировать).*

1. **Напишите словосочетание с числительным словами и просклоняйте его по всем падежам:** *2001 год*.
2. *5.* **Напишите количественно-именные сочетания словами:** *Посвящается 260-летию города. Около 250 рублей.*
3. **6. Найдите и выпишите экспрессивные глагольные формы. Каковы особенности их употребления в предложениях?**

- *Я макнул кисть, вдруг кто-то меня толк под руку. Жигарев, не говоря худого слова, мах в окошко.*

1. **7. Проанализируйте и устраните ошибки в предложениях:**

- *Библиотеку перевели в более худшее помещение.*
- *Проводник говорил, что давайте вернемся назад.*
- *Много лет в Латвии не было таких ранних заморозок.*
- *Надо пожелать школьникам новых успехов в учебе, чтобы мы могли радоваться их успехами.*

1. **8. Подберите синонимичные конструкции. Какая разница между ними?**

- *Свет луны – ... Рассказы Тургенева – ... Отдохнув немного, мы отправились в путь – ...*

1. **9. Назовите стиль текста, из которого извлечено данное предложение (кратко аргументируйте свой ответ):**

- *Несмотря на то, что наша страна была ввергнута в глубокую пропасть, несмотря на то, что уже торжествовали победу некоторые страны, старавшиеся похоронить нас во что бы то ни стало, мы мало-помалу все же выбираемся из этой трясины, из этой глубочайшей пропасти.*

Краткие методические указания

Задание выполняется после объяснения преподавателем материала и чтения студентом соответствующих разлеов в литературе. Задание выполняется письменно, в конце занятия, на отедльном листке. По выполнении сдаётся преподавателю.

Шкала оценки

1	несущественный	недочёт	-	5	баллов
1-2	ошибки	-	4		балла
3-5	ошибок	-	3		балла

более 5 ошибок - работа не зачтена

5.2 Примеры заданий для выполнения контрольных работ

Определите жанр данных пиар-текстов. Проанализируйте лингвистические особенности (лексика, морфология, синтаксис) данного текста.

Варианат 1

- Корпорация «Глория Джинс» создана в начале 90-х Владимиром Мельниковым.
- В 1997 г. примерно 20-процентный пакет акций компании приобрел ЕБРР, однако в 2003 году компания выкупила акции у банка. «Глория Джинс» — компания-создатель модных джинсовых брендов, успешно осваивающая сегменты одежного рынка — модный casual и city life style.
- Оборот «Глории Джинс» в 2002-м году составил более $70, в 2003 г. — 95 млн долл., в 2004 — $127 млн., а в 2005 году — порядка $170 млн. Таким образом, существующий темп развития компании — порядка 40 процентов — позволяет планировать достижение оборота в $1млрд в течение ближайших 10 лет.
- На территории бывшего СССР действует десять тысяч торговых точек, в которых продается одежда Gloria Jeans&Gee Jay.
- «Глория Джинс» активно развивает фирменную розничную сеть. Сегодня в 60 городах России и СНГ работает более 140 магазинов Gloria Jeans & Gee Jay. Планы

на 2006 год — открытие 245 магазинов. Обороты продаж розничных магазинов увеличились на 100%. Выручка 2004 года составила $6 млн., 2005-го — $12,6 млн.

В компании работают лучшие специалисты с успешным опытом работы в известных всему миру компаниях.

Краткие методические указания

Закрепление навыков осуществляется студентом самостоятельно. Студент на основании полученных знаний на предыдущем занятии выполняет письменные задания. Правильность выполнения проверяется на следующем практическом занятии.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Студент демонстрирует полное усвоение навыков
2.	4 балла	Студент демонстрирует практически полное усвоение знаний и навыков, встречаются незначительные ошибки.
33.	3 балла	Студент демонстрирует отсутствие устойчивых знаний, поэтому при вы полнении письменных заданий встречаются значительные ошибки.
4.	< 3 баллов соответствуют оценке «неудовлетворительно» и не учи тываются при подсчете баллов	Студент демонстрирует полное отсутствие знаний и навыков.

5.3 Перечень тем докладов, сообщений

1. Подходы к определению понятия «текст» в современной науке о языке.
2. Функционально-смысловые типы речи.
3. Учение о речевой ситуации.
4. Основные критерии коммуникативной эффективности рекламного обращения: распознаваемость, запоминаемость, притягательная сила, агитационная сила.
5. Проблема выделения рекламного стиля в составе стилистической системя современного русского литературного языка.
6. Проблема выделения рекламного жанра.
7. Понятие сильных позиций рекламного текста.
8. Фонетические средства оформления рекламного текста.
9. Языковая игра в рекламном тексте.
10. Невербальное оформление рекламного текста: приёмы и методики.

Краткие методические указания

Доклады и устные сообщения готовятся с опорой на ркомендованную литературу. Готовятся индивидуально или в мини-группах. Студент должен свободно владеть материалом доклада, излагать его сводобно, не читая с листа. В зависимости от технической возможности желательно сопровождение презентацией.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Задание выполнено образцово
2.	4 балла	Студент продемонстрировал базовые знания, но допустил незначительн ые ошибки
3.	3 балла	Студент продемонстрировал базовые знания, но допустил ряд грубых о шибок
4.		Студент не справился с частью заданий

5.4 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Творческое задание 1.

Напишите, оформите и представьте аудитории рекламный текст, посвящённый мебельному магазину, в трёх жанрах: гороскоп, словарь, полезные советы.

Творческое задание 2.

Напишите рекламный текст, посвящённый одному из произведений русской клссической литературы, например: "Капитанская дочка", "Евгений Онегин", "Обломов", "Отцы и дети", "Преступление и н казание", "Война и мир".

Творческое задание 3.

Адаптируйте предложенный преподвателем текст для разных целевых групп: а) подростки, б) пенсионеры, в) молодые мамы, г) бизнесмены.

Краткие методические указания

Задания выполняются студентами полностью самостоятельно, индивидуально или в мини-группах. Итог работы представляется на занятии и оценивается преподавателем и самими студентами.

Шкала оценки

№	Баллы*	Описание
1.	5 баллов	Задание выполнено образцово
2.	4 балла	Студент продемонстрировал базовые знания, но допустил незначительн ые ошибки
3.	3 балла	Студент продемонстрировал базовые знания, но допустил ряд грубых о шибок
4.		Студент не справился с частью заданий