

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 15.10.2025 01:24:10
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Факультет социальных технологий

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС Хлутков А.Д.

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Реклама и связи с общественностью
в государственных и негосударственных организациях
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.02 Семиотика медийного текста
(код и наименование РПД)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код и наименование направления подготовки)

очная
(форма обучения)

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2025 г.

Автор-составитель:

Д.филол.н., доцент, профессор кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Глущенко О.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций
д.филол.н.

Ким М.Н.

РПД «Семиотика медийного текста» в новой редакции одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол № 3 от 20 марта 2025 г.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	7
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	12
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	17
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	20
7.1. Основная литература.....	20
7.2. Дополнительная литература.....	20
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	21
7.4. Интернет-ресурсы.....	21
7.5. Иные источники.....	21
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	21

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.02 «Семиотика медийного текста» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-2	способен организовать продвижение готовых медийных продуктов и продуктов на этапе создания в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-2.1	способен извлекать недостающую графическую и (или) текстовую информацию, подбирать графические иллюстрации на веб-страницы для повышения конверсии; осуществлять мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
ОТФ: поиск информации по тематике сайта (629, код В/01.5) Трудовые действия: - поиск и извлечение (копирование, сохранение) недостающей графической и (или) текстовой информации. ОТФ: ведение новостных лент и представительств в социальных сетях (629, код В/04.5) Трудовые действия: - поиск и мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации; - подбор графических иллюстраций на веб-страницы для повышения конверсии; - размещение новостей на сайте и в социальных сетях, контроль правильности работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга; - настройка отображения новостей, анонсов мероприятий и других элементов на сайтах социальных сетей. ОТФ: разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ (535, код В/02.6) Трудовые действия: - разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ; - согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.	ПК-2.1	Необходимые знания: - семиотические аспекты технологий организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; - высокий уровень знания русского языка (семантика, стилистика). Необходимые умения и навыки: - владеть различными методами поиска информации в Интернет (по ключевым словам, с помощью каталогов); - писать аннотации к событиям и новостям; - подбирать иллюстрации для веб-страниц и статей с опорой на семиотическую природу коммуникации; - работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами; - работать с большими объемами информации.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов, 81 астроном.час.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах / в астрономич. часах)
Общая трудоемкость	108/81
Контактная работа с преподавателем	48/36 2/1,5 ч. консультации
Лекции	16/12
Практические занятия	32/24
Лабораторные занятия	-
Практическая подготовка	-
Самостоятельная работа	22/16,5
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	Устный опрос, тестирование, дискуссия, компетентностно-ориентированные задания, кейсовое задание
Форма промежуточной аттестации	Экзамен – 3 семестр

Место дисциплины. Учебная дисциплина Б1.В.02 «Семиотика медийного текста» (3 семестр) относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения таких дисциплин 1-2 семестров, как «Введение в профессию», «История искусства и дизайна», «Русский язык и культура речи» // «Стилистика». Изучение дисциплины в 3 семестре предшествует изучению таких дисциплин, как «Работа с текстами в системе медиакommunikаций» (5 семестр) и «Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью» (5 семестр), что обеспечивает успешное освоение компетенции владения поликодовыми ресурсами языка и профессиональной речи. Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения обучающимися следующими дисциплинами профессиональной подготовки: «Управление проектами в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Основы интегрированных коммуникаций», «Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях», «Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ.

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно

регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ ДОТ	ЛР/ ДОТ	ПЗ/ ДОТ	КС Р		
Очная форма обучения								
Тема 1	Семиотика и семантика: объект, предмет, задачи, история, категории	17	4		8		5	УО* / Д** / Т*** / КОЗ****
Тема 2	Знак. Знаковая система. Язык	13	4		4		5	УО* / Т*** / КОЗ****
Тема 3	Невербальная семиотика	13	4		4		5	УО* / Т*** / КОЗ****
Тема 4	Модели семиотического анализа медийных текстов	27	4		16		7	УО* / Т*** / КОЗ**** / КЗ*****
Промежуточная аттестация		36/27 2/1,5*						Экзамен
Всего:		108/81	16/12		32/24		22/16,5	

*Консультация входит в объем часов контактной работы

УО* – устный опрос

Д** – дискуссия

Т*** – тестирование

КОЗ**** – компетентностно-ориентированные задания

КЗ***** – кейсовое задание

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Семиотика и семантика: объект, предмет, задачи, история, категории

Объект и предмет семиотики. Задачи семиотики. Основные разделы семиотики. Семиотика и другие отрасли знания. Соотношение понятий семиотика и семантика. Из истории семиотических идей. Русские школы семиотики. Основные направления развития современной семиотики.

Понятие медийного текста. Отличительные черты медийного текста в сравнении с традиционным текстом.

Тема 2. Знак. Знаковая система. Язык

Понятие знака. Структура знака. Свойства знака. Семиозис как процесс знакообразования. Классификации знаков. Типология знаков Ч. Пирса, Ч.У. Морриса. Место языкового знака в семиотической теории. Концепция лингвосемиотики у Ф. де Соссюра. Общие свойства языкового знака. Структура языкового знака.

Значение в структуре языкового знака. Типология значений языкового знака. Компонентный анализ значения. Знаковая функция рекламного текста в современном мире. Специфика языка как знаковой системы.

Тема 3. Невербальная семиотика

Вербальная и невербальная семиотика. Теоретические предпосылки изучения невербальной семиотики. Направления в современной невербальной семиотике. Паралингвистические аспекты невербальной семиотики. Кинесика. Окулесика. Гаптика. Проксемика. Невербальная семиотика и изобразительное искусство.

Тема 4. Модели семиотического анализа медийных текстов

Логико-семантический анализ медийного текста. Понятие пресуппозиции и ассерции. Реализация пресуппозиции и ассерции в рекламном медийном тексте. Семиотический анализ рекламных слоганов. Место слогана в рекламном тексте. Типология слоганов (констатирующие (информирующие), презентрующие и игровые слоганы; корпоративные и товарные слоганы; субъектные, объектные и адресатные слоганы и др. типы). Воздействие художественной формы слогана на сознание адресата. Семиотические механизмы конструирования образа адресата в слоганах.

Коммуникативно-прагматический анализ креолизованного медийного текста. Прагматические ресурсы медийного текста. Соотношение понятий креолизованного и поликодового текста. Вербальные и невербальные средства передачи информации в рекламном тексте и связях с общественностью. Варианты взаимодействия разных кодов в поликодовом тексте. Семиотический анализ модели сторителлинга в медийном тексте. Контент-анализ медийного текста.

Лингвокогнитивный анализ медийного текста. Соотношение понятия и концепта. Использование стереотипов и архетипов в медийных текстах. Прецедентное имя в медийном тексте. Семиотический механизм культуры.

Дискурсивный анализ (дискурс-анализ) медийного текста. Соотношение понятий текст и дискурс. Понятие интердискурса. Аспекты анализа дискурса: семантический, прагматический, синтагматический (синтаксический). Рекламный дискурс и идеология. Семиотический анализ механизмов метафоризации в медийном тексте. Разграничение понятий метафоры и сравнения. Типы метафор в медийном тексте. Преломление теории концептуальной метафоры в медийном тексте.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.02 «Семиотика медийного текста» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, тестирование, компетентностно-ориентированные задания;
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: дискуссия, кейсовое задание.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

Таблица 5

<i>Тема и/или раздел</i>	<i>Методы текущего контроля успеваемости</i>
1. Семиотика и семантика: объект, предмет, задачи, история, категории	УО* / Д**/ Т***/ КОЗ****
2. Знак. Знаковая система. Язык	УО*/ Т***/ КОЗ****

3. Невербальная семиотика	УО*/Т***/КОЗ****
4. Современные семиотические модели коммуникации	УО*/Т***/КОЗ****/КЗ*****

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Вопросы для устного опроса на семинарах

Вопросы для устного опроса по теме 1:

1. Что называют терминами «семиотика» и «семантика»? Как связаны семиотика и семантика?
2. Каков объект и предмет семиотики и семантики? Какие задачи решает семиотика?
3. Какие методы исследования применяются в семиотике?
4. В чем специфика основных направлений развития современной семиотики (биосемиотики, лингвосемиотики, абстрактной семиотики, общей семиотики, этносемиотики)?

Вопросы для устного опроса по теме 2:

1. Что называют термином «знак»? Каковы общесемиотические свойства знака?
2. Какие подходы к пониманию природы знака вам известны?
3. Что называют термином «семиозис»? Каковы составляющие семиозиса?
4. Какие классификации знаков вам известны?

Вопросы для устного опроса по теме 3:

1. Каков объект изучения в невербальной семиотике? Какие есть направления в невербальной семиотике?
2. Каковы характеристики единиц паралингвистической семиотики (в узком понимании термина)?
3. Каковы характеристики единиц кинетики?
4. Какие классы кинем вам известны?

Вопросы для устного опроса по теме 4:

1. Что такое теория референции и как она преломляется в медийном тексте?
2. Что включают в понятие «прагматика»? Какова прагматика медийного текста?
3. Каковы вербальные и невербальные средства передачи информации в рекламном тексте и связях с общественностью?

Компетентностно-ориентированные задания

Решите поставленные задачи, раскройте смысл и целесообразность осуществленных вами действий при решении задачи.

Тема 1

Задание. Определите тип знака по классификациям Ч. Пирса и Ч. Морриса.

Черный платок, еще не остывшая вода в чайнике, обручальное кольцо, звонок в учебном заведении, красная повязка на рукаве, поднятая рука.

Тема 2

Задание. Найдите лишнее в ряду слово. Мотивируйте свой ответ.

- мука, перец, сахар, снег, соль
- бегемот, кенгуру, лев, собака, стул
- диван, кресло, скамейка, стул, табуретка

Тема 3

Задание. Рассмотрите примеры печатных рекламных поликодовых текстов. Каков основной прагматический посыл этих рекламных текстов (к чему призывает реклама, что именно рекламируется)? Как этот рекламный посыл реализуется в невербальных знаках (какую информацию несут изображения)? Нет ли логических противоречий в информации, переданной вербальными знаками? Если есть, то прокомментируйте эти противоречия. Нет ли логических противоречий в информации, переданной невербальными знаками? Если есть, то прокомментируйте эти противоречия. Нет ли противоречия между вербальной и невербальной информацией?

Тема 4

Задание. Определите, на какой пресуппозиции построены эти слоганы. Что в пресуппозиции в каждом случае является не аксиомой, а допущением?

- «Coca-Cola» – сила сближения.
- «Knorr» – то, что нужно, чтобы жить дружно.
- «Rama» – превосходный вкус, новая цена.

Примеры вопросов для дискуссии (тема 1)

Задание: изучите литературу и презентационные материалы по ссылке (<https://yadi.sk/d/26706SHa-rBkww?w=1>) по истории русской семиотики и подготовьтесь к дискуссии по каждой авторской семиотической концепции.

Пример вопросов по авторской концепции семиотики культуры Ю.М. Лотмана:

- Какая биографическая информация о Ю.М. Лотмане вам известна?
- Как трактуется культура в концепции Ю.М. Лотмана?
- Что такое семиосфера?
- Какие символы и концепты характеризуют русскую культуру XVIII-XIX вв.?

Кейсовое задание (тема 4)

Цель задания – отработка навыков комплексного семиотического анализа поликодового текста социальной рекламы.

В задании по алгоритму должен быть проанализирован ОДИН плакат социальной рекламы. Плакат можно выбрать из прикрепленных к заданию материалов, можно использовать самостоятельно подобранный плакат (но именно с социальной, не коммерческой рекламой).

Алгоритм семиотического анализа поликодового текста плаката

№	Аспект анализа (последовательность позиций можно менять)	Развернутый ответ
1	Опишите, что изображено на плакате (опишите сюжет).	3-5 предложений
2	Каков исторический и современный дискурс, поддерживающий семантику и прагматику этих знаков (в рамках каких обстоятельств создан такой плакат, как плакат связан с текущими // прошедшими // будущими событиями; раскройте информацию о разработчиках плаката (при наличии); на каких рекламных площадках может быть размещен этот плакат и почему; с какими поликодовыми текстами связан этот текст)?	максимум до 10 предложений
3	Установите типы знаков (например, по каналу восприятия, по классификации Пирса, Морриса) в поликодовом тексте.	3-5 предложений

	Укажите, знаки каких типов преобладают.	
4	Проанализируйте форму и семантику вербальной части плаката. К каким чувствам и представлениям у целевой аудитории апеллирует текст?	максимум до 10 предложений
5	Проанализируйте форму и семантику невербальной части плаката. На что направлено совокупное и раздельное воздействие невербальных знаков?	максимум до 10 предложений
6	Какая семантика и прагматика задана диспозицией и комбинаторикой знаков? Сопоставьте проанализированные вербальные и невербальные знаки и сделайте вывод: что утратит (или приобретет) поликодовый текст, если изменить композицию знаков?	максимум до 10 предложений
7	Какие стереотипы, архетипы, концепты вы видите в этой рекламе? Как они используются для усиления прагматического воздействия рекламы?	максимум до 10 предложений
8	На какую целевую аудиторию рассчитан этот рекламный текст? Что привлечет внимание целевой аудитории к этому тексту?	3-5 предложений

Вариант плаката социальной рекламы



Примеры тестовых заданий

Тема 1

1. Наука о знаковых системах разной природы называется ... *(напишите термин)*
2. Семиотика черпает свой материал из лингвистики, биологии, психологии, этнографии, социологии, истории культуры и литературы и других наук, а также отдает этим наукам свои обобщения:
 - Да
 - Нет
3. Лингвистическая дисциплина, изучающая план содержания языка в целом, значение различных языковых единиц, их функционирование в речи, наука о значении – это ... *(напишите термин)*
4. Прагматика – это раздел семиотики, в котором изучается отношение знака к тому, кто им пользуется:
 - Да
 - Нет

Тема 2

1. Языковой знак – это языковая сущность (единица языка или комбинация единиц), заменяющая или указывающая на внеязыковую сущность (предмет, свойства, отношения, события, положение дел), когда последняя становится предметом мыслительной речевой деятельности:

- Да
- Нет

2. В рамках унилатеральной теории языкового знака знаком называется одна из его сторон – материальная или идеальная:

- Да
- Нет

3. Сторонники билатеральной теории языкового знака считают его двусторонней единицей, включающей в себя план содержания и план выражения:

- Да
- Нет

4. Языковая форма может быть названа термином «означаемое»:

- Да
- Нет

Тема 3

1. Вербальные средства выражения – это исключительно глагол и все его формы:

- Да
- Нет

2. Невербальные средства выражения – это все неглагольные формы:

- Да
- Нет

3. Наука о звуковых кодах невербальной коммуникации – это ... (*напишите термин*)

4. Наука о жестах и жестовых движениях, о жестовых процессах и жестовых системах – это ... (*напишите термин*)

Тема 4

1. Инициатор коммуникативного процесса, тот, у кого возникает потребность в создании и передаче какого-либо сообщения:

1. Отправитель
2. Адресат
3. Получатель

2. Условное преобразование, взаимно однозначное и обратимое, с помощью которого сообщения могут быть переведены из одной системы знаков в другую:

1. Канал
2. Символ
3. Код

3. Осмысленная и соответствующим образом закодированная информация:

1. Сообщение
2. Канал
3. Источник

4. Основная цель коммуникации – это ...

1. Передать информацию
2. Оказать влияние на поведение
3. Наладить и поддерживать отношения

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов: тестирование, компьютерное собеседование по понятийно-терминологическому аппарату, устное собеседование по вопросам и выполнение практического задания.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и МТС Линк.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Таблица 6

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-2.1	Студент применяет знание семиотических механизмов при подборе вербальных и невербальных текстов, при их обработке для эффективной коммуникации.	Студент обосновывает выбор вербальной и невербальной информации, грамотно и с опорой на методологические основы семиотики рекомендует использование текстов и графических элементов в коммуникации.

Экзамен проходит как комплексное трехэтапное испытание. На первом этапе студент выполняет экзаменационный итоговый тест. На втором этапе проходит компьютерное собеседование по понятийно-терминологическому аппарату дисциплины (заполняет терминологический кроссворд на платформе LMS.Ranepa). На третьем этапе проводится устное собеседование по вопросам и заданиям билета. В каждом билете два вопроса и одно практическое задание, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Русские школы семиотики: персоналии, аспекты семиотических исследований (на примере любого исследователя по выбору студента).
2. Соотношение семиотики и семантики (с разбором примера).
3. Понятие знака. Структура знака.
4. Общесемиотические свойства знака.
5. Семиозис как процесс знакообразования.
6. Универсальные классификации знаков.
7. Типология знаков Ч. Пирса.
8. Типология знаков Ч.У. Морриса.
9. Знаковая концепция Ф. де Соссюра.
10. Специфика и структура языкового знака.
11. Значение в структуре языкового знака.
12. Типология значений языкового знака.
13. Специфика языка как знаковой системы.
14. Варианты взаимодействия разных кодов в поликодовом тексте.
15. Паралингвистические аспекты невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.
16. Кинесика как часть невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.

17. Окулесика как часть невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.
18. Гаптика как часть невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.
19. Проксемика как часть невербальной семиотики: единицы, внутрисистемные отношения, реализация единиц в медийном тексте.
20. Реализация пресуппозиции и ассерции в рекламном медийном тексте.
21. Типология слоганов (констатирующие (информирующие), презентрующие и игровые слоганы; корпоративные и товарные слоганы; субъектные, объектные и адресатные слоганы и др. типы).
22. Воздействие художественной формы слогана на сознание адресата.
23. Семиотические механизмы конструирования образа адресата в слоганах.
24. Соотношение понятия и концепта (на примере медийного текста).
25. Прагматические ресурсы медийного текста.
26. Схемы сторителлинга в медийном тексте.
27. Соотношение понятия и концепта.
28. Использование стереотипов и архетипов в медийных текстах.
29. Прецедентное имя в медийном тексте.
30. Семиотический механизм культуры.
31. Соотношение понятий текст и дискурс. Понятие интердискурса.
32. Рекламный дискурс и идеология.
33. Типы метафор в медийном тексте. Преломление теории концептуальной метафоры в медийном тексте.
34. Контент-анализ медийного текста (охарактеризовать цель, алгоритм и разобрать пример).
35. Дискурс-анализ медийного текста (охарактеризовать цель, алгоритм и разобрать пример).
36. Когнитивный анализ медийного текста (охарактеризовать цель, алгоритм и разобрать пример).
37. Логико-семантический анализ медийного текста (охарактеризовать цель, алгоритм и разобрать пример).
38. Коммуникативно-прагматический анализ креолизованного медийного текста (охарактеризовать цель, алгоритм и разобрать пример).

Пример практического задания

Ситуация. В компании разработали рекламную листовку. Вам, как специалисту, необходимо оценить ее семиотический потенциал и порекомендовать необходимые исправления.

Задание: Составьте мнение о целесообразности редактирования рекламного материала. Обоснуйте свою точку зрения с опорой на семиотические критерии анализа информации.



Пример тестового задания

1. Отметьте среди выражений жестовые фразеологизмы:
 - Ум за разум заходит
 - Бить челом
 - Бросить перчатку
 - Волосы шевелятся
2. Отметьте функции рекламного дискурса:
 - Экономическая
 - Воздействующая
 - Информационная
 - Социокультурная
 - Эстетическая
 - Императивная
 - Государственная
3. Отметьте современные прецедентные феномены:
 - Лихие 90-е
 - Грета Тунберг
 - Альбом Наташи Ивановой
 - Чубайс
4. Морализующая реклама отличается от сентиментальной:
 - Использованием мотива семьи
 - Акцентом на вербальном тексте
 - Ориентацией на избранность аудитории
 - Акцентом на видеоряде
5. Отметьте утверждение-пресуппозицию, актуальную для такого рекламного текста: *У этой жевательной резинки еще больше клубничного вкуса!*
 - Надо купить жевательную резинку.
 - Все жуют жевательную резинку.
 - У жевательной резинки есть вкус.

Список терминов для компьютерного собеседования по понятийно-терминологическому аппарату

1. Аксиома асимметрии языкового знака

2. Аксиома произвольности языкового знака
3. Аксиома структурности языкового знака
4. Актуальное значение
5. Атомистическая концепция знака
6. Аускультация
7. Билатеральная теория языкового знака
8. Биосемиотика
9. Вариантность
10. Вербальные средства
11. Виртуальное значение
12. Гаптика
13. Гастика
14. Денотат
15. Денотативное значение
16. Десигнат
17. Дискурс
18. Естественный знак
19. Знак
20. Знак посттекста
21. Знак предтекста
22. Знак-диаграмма
23. Знак-индекс
24. Знак-образ
25. Знак-символ
26. Иконический знак
27. Интерпретатор
28. Искусственный знак
29. Кинема
30. Кинесика
31. Коммуникация
32. Компонентный анализ значения
33. Конвенциональный знак
34. Коннотация
35. Концепт
36. Лексическое значение
37. Лингвистическое (ближайшее) значение
38. Лингвосемиотика
39. Морфемное значение
40. Наивное понятие
41. Невербальные средства
42. Неэлементарный знак
43. Общая семиотика
44. Означаемое
45. Означающее
46. Окулесика
47. Ольфакция
48. Парадигматика
49. Паралингвистика
50. Понятие
51. Прагматика

52. Прагматическое значение
53. Проксемика
54. Просодика
55. Референт
56. Сема
57. Семантика
58. Семиозис
59. Семиология
60. Семиотизация
61. Семиотика
62. Сентенциональное значение
63. Сигнификативное значение
64. Синтагматика
65. Синтаксическое значение
66. Синтактика
67. Система языка
68. Системология
69. Текстовое значение
70. Узуальное значение
71. Унилатеральная теория языкового знака
72. Фонетическое значение
73. Холистическая концепция знака
74. Хрономика
75. Экстралингвистическое (дальнейшее) значение
76. Элементарный знак
77. Этносемиотика
78. Языковая форма
79. Языковой знак
80. Языковой код

5.3. Показатели и критерии оценивания текущих и промежуточных форм контроля

5.3.1. Оценка по БРС за 3 семестр

Расчет ТКУ (ТКУ – текущий контроль успеваемости)

Сумма всех коэффициентов по текущему контролю успеваемости – 0,6

- максимальное кол-во баллов за семестр по устному опросу (УО) = $100 \times 0,08 = 8$
- максимальное кол-во баллов за семестр по дискуссии (Д) = $100 \times 0,02 = 2$
- максимальное кол-во баллов за семестр по компетентностно-ориентированному заданию (КОЗ) = $100 \times 0,16 = 16$
- максимальное кол-во баллов за семестр по тестированию (Т) = $100 \times 0,24 = 24$
- максимальное кол-во баллов за семестр по кейсовому заданию (КЗ) = $100 \times 0,1 = 10$

максимальная сумма баллов за семестр по ТКУ = $100 \times 0,6 = 60$

Расчет ПА (ПА – промежуточная аттестация)

Экзамен

Коэффициент по промежуточной аттестации – 0,4

Максимальное кол-во баллов за семестр по ПА = $100 \times 0,4 = 40$

Описание системы оценивания

Таблица 8

Оценочные	Коэффициент	Максимально	Показатели	Критерии
-----------	-------------	-------------	------------	----------

<i>средства (наименование контрольной точки)</i>	<i>т веса контрольной точки</i>	<i>е кол-во баллов за семестр</i>	<i>оценки</i>	<i>оценки</i>
Устный опрос	0,08	8	Корректность и полнота ответов	Полный и верный ответ – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Дискуссия	0,02	2	Задание демонстрирует навыки подготовки текста для публичного выступления, грамотное лингвистическое оформление текста, умение подобрать и донести до аудитории свои аргументы.	Задание выполнено без ошибок, все аргументы в публичной дискуссии защищены – 2 балла Задание выполнено частично, отдельные тезисы не подкреплены аргументами – 1 балл Задание не выполнено – 0 баллов
Компетентностно-ориентированные задания	0,16	16	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный примерами ответ – 2 балла Неполный ответ без примеров – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Кейсовое задание	0,1	10	Корректность и полнота ответов по всем позициям алгоритма семиотического анализа	Корректные ответы на вопросы 1, 2, 3, 6, 7, 8 – по 1 баллу Корректные и полные ответы на вопросы 4 и 5 – по 2 балла
Тестирование	0,24	24 (в семестре 6 тестов, каждый тест по 4 балла)	Тестирование проходит с использованием LMS Moodle или в письменной форме. Обучающийся получает определенное количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Оценка выставляется в зависимости от процента	100% правильно выполненных заданий – 4 балла.

			правильно выполненных заданий.	
ВСЕГО	0,6	60		
Экзамен	0,4	40	Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проходит как комплексное трехэтапное испытание. На первом этапе студент выполняет экзаменационный итоговый тест. На втором этапе проходит компьютерное собеседование по понятийно-терминологическому аппарату дисциплины (заполняет терминологический кроссворд на платформе LMS.Ranera). На третьем этапе проводится устное собеседование по вопросам и заданиям билета. На подготовку к ответу дается 45 минут. В каждом билете два вопроса и одно практическое задание, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии.
Дополнительное (компенсирующее) задание			Студент грамотно выполняет компенсирующие задания, проявляет активность и заинтересованность в дополнительной работе на семинарских занятиях.	Максимальное кол-во баллов за семестр за дополнительное задание – 30 баллов

Итоговая балльная оценка по дисциплине по каждому семестру $y = \text{Результат ТКУ} + \text{Результат ПА}$

5.4. Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с Приказом РАНХиГС № 02-2531 от 12.12.2024г. «Об утверждении Положения о единой балльно-рейтинговой системе оценивания успеваемости студентов Академии и ее использовании при поведении текущей и промежуточной аттестации».

Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине, является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой максимально-расчетное количество баллов за семестр составляет 100, из них в рамках дисциплины отводится:

60 баллов – на текущий контроль успеваемости;

40 баллов – на промежуточную аттестацию.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

Формула расчета итоговой балльной оценки по дисциплине

Итоговая балльная оценка по дисциплине = Результат ТКУ + Результат ПА

В институте устанавливается следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки:

Таблица 7

Итоговая балльная оценка по БРС РАНХиГС	Традиционная система	Бинарная система
95-100	Отлично	зачтено
85-94		
75-84	Хорошо	
65-74		
55-64	Удовлетворительно	
0-54	Неудовлетворительно	не зачтено

В случае если студент в течение семестра не набирает минимальное число баллов, необходимое для сдачи промежуточной аттестации, то он может заработать дополнительные баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины, получив от преподавателя компенсирующие задания.

В случае получения на промежуточной аттестации неудовлетворительной оценки студенту предоставляется право повторной аттестации в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии. Студент, набравший в течение семестра сумму баллов, достаточную для получения оценки «зачтено» и «удовлетворительно» (55 баллов), может получить оценку без прохождения промежуточной аттестации. В таком случае студент обязан выразить свое согласие на получение оценки без прохождения промежуточной аттестации. Студент вправе отозвать свое согласие на получение оценки без прохождения промежуточной аттестации не более одного раза и не позднее чем за один день до начала промежуточной аттестации. Если студент хочет получить более высокую оценку, он должен пройти промежуточную аттестацию. Студент имеет право выразить свое согласие на получение оценки без прохождения промежуточной аттестации и отозвать соответствующее согласие только в период после получения баллов за все контрольные точки в рамках текущего контроля успеваемости и не позднее 1 (одного) рабочего дня до даты начала промежуточной аттестации по дисциплине.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме

домашней работы, задания. Собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Тестирование. В конце каждой темы предусмотрено рубежное тестированию. Итоговое тестирование проводится по всему содержанию дисциплины (по материалам всех тестов по темам) на последних семинарских занятиях.

Самостоятельная внеаудиторная работа по дисциплине предусматривает:

- 1) разбор терминов по дисциплине для подготовки к компьютерному игровому тестированию (заполнение кроссворда);
- 2) подготовка к дискуссии (по истории русской семиотики).

Целью самостоятельной работы является расширение и углубление теоретических знаний по семиотике и семантике.

При работе с терминами студент использует литературу из списка основной и дополнительной литературы, а также материалы лекций.

Компетентностно-ориентированное задание. На каждом семинарском занятии для закрепления теоретического материала студенты выполняют устные компетентностно-ориентированные задания, в том числе задания по разным видам семиотического анализа рекламным текстов и пиар-текстов.

Работа со списком литературы. Основная и дополнительная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература рекомендована при изучении тем 1-2.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении МТС Линк. Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для экзамена и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения экзамена могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокамеры. Видеокамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для экзамена, преподаватель имеет право выставить оценку «неудовлетворительно».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к экзамену.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. *Глазков, А. В.* Семантика: от слова к тексту: учебник и практикум для вузов / А. В. Глазков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 492 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15025-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/486421> (дата обращения: 15.04.2025).
2. *Махлина, С. Т.* Лингвистика и семиотика: учебник и практикум для вузов / С. Т. Махлина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 260 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14194-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468047> (дата обращения: 15.04.2025).

7.2. Дополнительная литература

1. *Боголюбова, Н. М.* Межкультурная коммуникация: учебник для вузов / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16204-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544893> (дата обращения: 22.04.2025).
2. *Марков, Б. В.* Философия языка и коммуникации. Т. 1. Теории языка и коммуникации: учебник / Б. В. Марков. — Москва : Русайнс, 2023. — 213 с. — ISBN 978-5-466-01750-2. — URL: <https://book.ru/book/946439> (дата обращения: 21.04.2025). — Текст : электронный.
3. *Махлина, С. Т.* Семиотика культуры повседневности: учебник для вузов / С. Т. Махлина. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13763-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466789> (дата обращения: 22.04.2025).
4. Социальная реклама в комплексе коммуникации: учебное пособие / Д. В. Бескромный, В. Л. Вайнер, Н. Ю. Гладких [и др.] ; под общ. ред. Г. Г. Николайшвили. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2025. — 374 с. — ISBN 978-5-394-05852-3. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2198446> (дата обращения: 22.04.2025). — Режим доступа: по подписке.

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются.

7.4. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

- 1) <http://www.gramota.ru>
- 2) <http://www.slovari.ru>

7.5. Иные источники

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант. Англоязычные ресурсы*
- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.

Технические средства обучения

Таблица 9

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.