

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

16 июня 2022 г., протокол УС №6

МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН Семиотика

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Психологии	
Учебный план	b420301-ССО-22-3.plx 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере	
Квалификация	Бакалавр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах: зачеты 6
в том числе:		
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	44	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	17 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	44	44	44	44
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

;к.филос.н., доцент, И.В. Кулагина

Рабочая программа дисциплины

Семиотика

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 16.06.2022 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии

Зав. кафедрой д.ф.н., профессор Р.А. Бурханов

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	способствовать формированию общекультурного знания, дать необходимые теоретические представления о роли знаков и способах интерпретации символического аппарата человеческой деятельности, а также сформировать практические навыки их использования для анализа существующих текстов в сфере связей с общественностью и создания собственных, с возможностью прогнозирования их эффективности.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.04
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Социология массовых коммуникаций
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Производственная практика, научно-исследовательская работа
2.2.2	Реклама и связи с общественностью в политике, государственных структурах и бизнесе
2.2.3	Коммуникации в постиндустриальном обществе
2.2.4	Психология массовых коммуникаций
2.2.5	Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-1.1: Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	специфику культурных текстов (в том числе медиатекстов текстов и медиапродуктов), способы их создания, принципы интерпретации, специфику существования в культуре и восприятия, особенности функционирования вербальных и невербальных знаковых систем в рекламной деятельности.
3.2	Уметь:
3.2.1	производить семиотический анализ готовых медиатекстов и создавать собственные медиапродукты с учетом специфики семиосферы и процесса семиозиса, формировать рекламное сообщение, используя семиотические средства.
3.3	Владеть:
3.3.1	терминологией семиотики, алгоритмами интерпретации текста, пониманием специфики медиатекста, способами ориентации в профессиональных источниках информации (справочная литература, журналы, сайты, образовательные порталы и т.д.), принципами и способами создания вербальных и невербальных медиатекстов и др. медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1.					
1.1	Сущность и основные понятия семиотики. Виды знаков и знаковых систем.Специфика культурных текстов. /Лек/	6	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.2	Сущность и основные понятия семиотики. Виды знаков и знаковых систем.Специфика культурных текстов. /Пр/	6	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.3	Сущность и основные понятия семиотики. Виды знаков и знаковых систем.Специфика культурных текстов. /Ср/	6	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	

1.4	Языковая картина мира. Проблема понимания и интерпретации. Диалог культур. Особенности функционирования вербальных и невербальных знаковых систем в рекламной деятельности. /Лек/	6	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.5	Языковая картина мира. Проблема понимания и интерпретации. Диалог культур. Особенности функционирования вербальных и невербальных знаковых систем в рекламной деятельности. /Пр/	6	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.6	Языковая картина мира. Проблема понимания и интерпретации. Диалог культур. Особенности функционирования вербальных и невербальных знаковых систем в рекламной деятельности. /Ср/	6	6	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.7	Семиотика повседневности. Вербальная и невербальная семиотика. /Лек/	6	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.8	Семиотика повседневности. Вербальная и невербальная семиотика. /Пр/	6	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1	
1.9	Семиотика повседневности. Вербальная и невербальная семиотика. /Ср/	6	8	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.10	Искусство как знаковая система. Мифологемы в художественных текстах и их интерпретация. Алгоритмы интерпретации текста. /Лек/	6	8	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.11	Искусство как знаковая система. Мифологемы в художественных текстах и их интерпретация. Алгоритмы интерпретации текста. /Пр/	6	6	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.12	Искусство как знаковая система. Мифологемы в художественных текстах и их интерпретация. Алгоритмы интерпретации текста. /Ср/	6	8	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.13	Семиосфера и семиозис. Механизм кодировки и декодировки символов. Особенности создания медиатекста. /Лек/	6	4	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.14	Семиосфера и семиозис. Механизм кодировки и декодировки символов. Особенности создания медиатекста. /Пр/	6	8	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.15	Семиосфера и семиозис. Механизм кодировки и декодировки символов. Особенности создания медиатекста. /Ср/	6	10	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.16	Семиотика в сфере рекламы и связей с общественностью. Принципы и способы создания вербальных и невербальных медиатекстов и др. медиапродуктов. /Лек/	6	8	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.17	Семиотика в сфере рекламы и связей с общественностью. Принципы и способы создания вербальных и невербальных медиатекстов и др. медиапродуктов. /Пр/	6	6	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	

1.18	Семиотика в сфере рекламы и связей с общественностью. Принципы и способы создания вербальных и невербальных медиатекстов и др. медиапродуктов. /Ср/	6	8	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	
1.19	/Зачёт/	6	0	ОПК-1.1	Л1.1 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2	подготовка к зачету
1.20	/Контр.раб./	6	0	ОПК-1.1	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	подготовка к контрольной работе

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Представлены отдельным документом

5.2. Темы письменных работ

Представлены отдельным документом

5.3. Фонд оценочных средств

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Елина Е.А.	Семиотика рекламы (2-е издание): учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016, электронный ресурс	1
Л1.2	Лободанов А. П.	Семиотика искусства. История и онтология: Учебное пособие	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2013, электронный ресурс	1
Л1.3	Склярова Н.Г.	Лингвосемиотика милитарно-медийного дискурса (на материале современных публикаций англоязычных СМИ): Монография	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА- М", 2019, электронный ресурс	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Махлина С. Т.	Семиотика культуры и лингвистика: Учебное пособие	Санкт-Петербург: Издательство СПбКО, 2010, электронный ресурс	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Кристева Ю., Орлова Э. А.	Семиотика. Исследования по семанализу	Москва: Академический Проект, 2015, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Денисова Т. Ю.	Семиотика: учебно-методическое пособие [для студентов, обучающихся по специальности "Реклама и связи с общественностью"]	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2015	35

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Электронная библиотека Философия http://www.gumfak.ru/filosof.shtml			
Э2	Общедоступное хранилище знаний http://studyspace.ru			

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционная система Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
---------	--	--	--	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/			
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.			
-----	---	--	--	--