

Аннотация к рабочей программе
дисциплины
Семиотика рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: формирование у бакалавров представлений о принципах организации рекламы как текста в семиотическом понимании.

Объем дисциплины: 3 з.е / 108ч.

Семестр: 5 семестр

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Категории семиотики. Семантика, прагматика. синтактика	Основные понятия семиотики. История семиотики. Классификация знаков Ч.Пирса. Определение семантики, синтактики и прагматики.
2	Знаки, их сущность и свойства	Трехчастная структура знака. Треугольник Г.Фреге. Естественные и искусственные знаковые системы. Речь как знаковая система. Искусство и реклама как знаковые системы. Семиотические аспекты кино, моды, рекламы и других культурных феноменов.
3	Семиотический анализ рекламного сообщения	Вербальные и визуальные знаки рекламы. Анализ рекламных сообщений Р. Барта, У. Эко и др. Взаимодействие знаков в рекламе. Ассоциативное мышление. Семиотические аспекты культурных кодов.
4	Реклама как креолизованный текст	Средства художественной выразительности в рекламе. Метафора в визуальной и текстовой рекламе. Каламбур. Сущность креолизованного текста. Структура рекламного сообщения: семиотические и эстетические аспекты.

Форма промежуточной аттестации: экзамен