МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ГАПОУ СО
«НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Утверждаю:
Зам. директора по УР
_____М.Г. Дмитриева
«__» _____2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОГСЭ.06 СТИЛИСТИКА РУССКОГО ЯЗЫКА В РЕКЛАМНОМ ОБРАЩЕНИИ

УЧ 02-10.1-26

для специальности 42.02.01 «Реклама»

Нижний Тагил
2026

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, предъявляемых к структуре, содержанию и результатам освоения учебной дисциплины «Русский язык», и в соответствии с Рекомендациями по организации получения среднего общего образования в пределах освоения базовых программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и специальности среднего профессионального образования (письмо Департамента государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО Минобрнауки России от 17 марта 2015 г. № 06-259, с учетом Примерной основной образовательной программы среднего общего образования, одобренной решением федерального учебно-методического объединения по общему образованию (протокол от 28 июня 2016 г. № 2/16-з).

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Разработчик: Загора Татьяна Владимировна, преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. Паспорт программы учебной дисциплины	4
1.1. Область применения программы учебной дисциплины	4
1.2. Место дисциплины в структуре ППССЗ	4
1.3. Цели программы учебной дисциплины	4
1.4. Общая характеристика учебной дисциплины	5
1.5. Результаты освоения учебной дисциплины	7
2. Структура и содержание учебной дисциплины	10
2.1.Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	10
2.2.Тематическое планирование и содержание учебной дисциплины	11
3. Характеристика основных видов учебной деятельности студентов	17
4. Условия реализации программы учебной дисциплины	20
4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	20
4.2. Информационное обеспечение обучения	20

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы учебной дисциплины:

Программа общеобразовательной учебной дисциплины «Стилистика русского языка в рекламном обращении» предназначена для изучения русского языкав профессиональных образовательных организациях, реализующих образовательную программу среднего общего образования в пределах освоения программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) СПО на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина «Стилистика русского языка в рекламном обращении» является учебным предметом общего гуманитарного и социально-экономического цикла.ФГОС среднего общего образования. В профессиональных образовательных организациях, реализующих образовательную программу среднего общего образования в пределах освоения ППССЗ СПО на базе основного общего образования, учебная

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

дисциплина «Стилистика русского языка в рекламном обращении» изучается в общеобразовательном цикле учебного плана ППССЗ СПО на базе основного общего образования с получением среднего общего образования.

1.3. Цели программы учебной дисциплины

Целями изучения дисциплины «Стилистика русского языка в рекламном обращении» являются сформировать у обучающихся умения и навыки создавать и редактировать эффективно воздействующие на аудиторию текстовые рекламныематериалы путем соединения лингвистического и коммуникативного аспектов анализа текста.

Основными задачами дисциплины являются:

- сформировать умения и навыки стилистического анализа, способствовать развитию способности распознавать и устранять ошибки, мешающие адекватно воспринимать текст в рекламе и связях с общественностью;

- научить обучающихся создавать рекламные тексты с учетом их жанровой специфики;

- развить навыки создания эффективных в маркетинговом и коммуникативном отношении текстов, рассчитанных на различные аудитории

и отличающихся друг от друга по многим параметрам; тексты, рассчитанные на массовую аудиторию, тексты, предназначенные для СМИ, тексты рекламного характера;

- выработать у обучающихся навыки литературного редактирования текстов маркетинговых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

Задачи изучения дисциплины связаны с задачами профессиональной деятельности и соответствуют требованиям к знаниям, умениям и навыкам студента, обучающего по образовательной программе общего образования «Стилистика русского языка в рекламном обращении».

1.4. Общая характеристика учебной дисциплины

Русский язык как средство познания действительности обеспечивает развитиеинтеллектуальных и творческих способностей обучающихся, развивает их абстрактное мышление, память и воображение, формирует навыки самостоятельной учебной деятельности, самообразования и самореализации личности.

Содержание учебной дисциплины «Стилистика русского языка в рекламном обращении» впрофессиональных образовательных организациях,

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

реализующих образовательную программу среднего общего образования в пределах освоения ОПОП СПО на базе основного общего образования, обусловлено общей нацеленностью образовательного процесса на достижение личностных, метапредметных и предметных результатов обучения, что возможно на основе компетентностного подхода, который обеспечивает формирование и развитие коммуникативной, языковой и лингвистической (языковедческой) и культуроведческой**компетенций**.

В реальном образовательном процессе формирование указанных компетенций происходит при изучении каждой темы, поскольку все виды компетенций взаимосвязаны.

Коммуникативная компетенция формируется в процессе работы по овладениюобучающимися всеми видами речевой деятельности (слушанием, чтением, говорением, письмом) и основами культуры устной и письменной речи в процессе работы над особенностями употребления единиц языка в речи в соответствии с их коммуникативной целесообразностью. Это умения осознанно отбирать языковые средства для осуществления общения в соответствии с речевой ситуацией; адекватно понимать устную и письменную речь и воспроизводить ее содержание в необходимом объеме, создавать собственные связные высказывания разной жанрово-стилистической и типологической принадлежности.

Формирование ***языковой*** и ***лингвистической*** **(*языковедческой*)** компетенций проходит в процессе систематизации знаний о языке как знаковой системе иобщественном явлении, его устройстве, развитии и функционировании; овладения основными нормами русского литературного языка; совершенствования умения пользоваться различными лингвистическими словарями; обогащения словарного запаса и грамматического строя речи учащихся.

Формирование ***культуроведческой***компетенции нацелено на осознание язы-

ка как формы выражения национальной культуры, взаимосвязь языка и историинарода, национально-культурной специфики русского языка, владение нормамирусского речевого этикета, культуры межнационального общения.

Изучение русского языка в профессиональных образовательных организациях,реализующих образовательную программу среднего общего образования в пределах освоения ОПОП СПО на базе основного общего образования, имеет свои особенности в зависимости от профиля профессионального образования. Это выражается через содержание обучения, количество часов, выделяемых на изучение отдельных тем программы, глубину их освоения студентами, через объем и характер практических занятий, виды внеаудиторной самостоятельной работы студентов.

При освоении профессий СПО и специальностей СПО технического, естественно-научного, социально-экономического профилей профессионального образованиярусский язык изучается на базовом уровне

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ФГОС среднего общего образования, при освоении специальностей СПО гуманитарного профиля профессионального образования русский язык изучается более углубленно как профильная учебная дисциплина, учитывающая специфику осваиваемых профессий или специальностей.

При изучении русского языка на базовом уровне решаются задачи, связанные с формированием общей культуры, развития, воспитания и социализации личности.

Изучение русского языка как профильной учебной дисциплины предполагает обеспечить более высокий уровень языковой подготовки обучающихся. Особое внимание уделяется усвоению функциональных стилей речи и особенностям употребления языковых единиц в соответствии с речевой ситуацией. Усилена речевая направленность примерного содержания, что проявляется в увеличении часов на разделы «Язык иречь», «Функциональные стили» и др., в увеличении доли самостоятельной работы обучающихся и различных форм творческой деятельности (подготовки и защиты рефератов, индивидуальных проектов).

При изучении «Стилистики русского языка в рекламном обращении» у студентов формируются умения инавыки анализа коммуникативных характеристик речи, углубляются знания покультуре речи. С этих позиций большое значение придается анализу единиц языка в речи, использованию их в соответствии с речевой ситуацией и коммуникативной целесообразностью, подробно рассматриваются такие вопросы, как лексическая и грамматическая синонимия, роль и стилистическая функция порядка слов в предложении, изобразительно-выразительные средства языка и др.

«Стилистика русского языка в рекламном обращении»представлена в программе перечнем не только тех дидактическихединиц, которые отражают устройство языка, но и тех, которые обеспечивают речевую деятельность. Содержание учебной дисциплины ориентировано на синтезязыкового, речемыслительного и духовного развития студентов, включает перечень лингвистических понятий, обозначающих языковые и речевые явления, указывает на особенности функционирования этих явлений и называет основные виды учебной деятельности, которые отрабатываются в процессе изучения данных понятий. Таким образом, создаются условия для успешной реализации деятельностного подхода к изучению русского языка.

Использование электронных образовательных ресурсов позволяет разнообразитьдеятельность обучающихся, активизировать их внимание, повышает творческийпотенциал личности, мотивацию к успешному усвоению учебного материала, воспитывает интерес к занятиям при изучении русского языка.

Реализация содержания учебной дисциплины «Стилистика русского языка в рекламном обращении» предполагает соблюдение принципа строгой преемственности по отношению к содержанию курса русского языка на ступени основного общего образования.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

В то же время учебная дисциплина «Стилистика русского языка в рекламном обращении»для профессиональных образовательных организаций СПО обладает самостоятельностью и цельностью.

Изучение учебной дисциплины «Стилистика русского языка в рекламном обращении» завершается подведением итогов в форме дифференцированного зачета в рамках промежуточной аттестации студентов в процессе освоения ОПОП СПО на базе основного общего образования с получением среднего общего образования (ППКРС, ППССЗ).

1.5. Результаты освоения учебной дисциплины

Освоение содержания учебной дисциплины «Стилистика русского языка в рекламном обращении» обеспечивает достижение студентами следующих **результатов:**

- формирование запросов для получения недостающей информации;
- регулярное обновление (актуализация) информации в базах данных;
- мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок;
- написание статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг);
- поиск и мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации;
- мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний;
- формирование запросов и получение информации от сотрудников организации;
- общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации;
- фиксирование результатов выполнения заданий, проектной информации;
- Обработка результатов аналитической деятельности;
- Сбор дополнительных материалов Подготовка итоговой отчетности.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	*Объем часов*
Максимальная учебная нагрузка (всего)	***102***
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	***64***
в том числе:	
практические занятия	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	***38***
в том числе:	
самостоятельная работа над исследовательским проектом	
подготовка к ролевым играм	
подготовка к деловой игре	
домашняя работа	
Итоговая аттестация в форме ***дифференцированный зачет***	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Стилистика русского языка в рекламном обращении»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объём часов	Уровень освоения
1	**2**	**3**	**4**
Введение	Основные понятия курса	2	1
Раздел 1 Стилистика рекламных текстов и их особенности.			
Тема 1.1 Стилистика как комплекс взаимосвязанных фундаментальных и прикладных дисциплин.	1.Стилистика ресурсов (цель, задачи, предмет изучения). 2.Функциональная стилистика (цель, задачи, предмет изучения). 3.Практическая (коммуникативная) стилистика (цель, задачи, предмет изучения). 4.Стилистика художественного текста (цель, задачи, предмет изучения). 5.Стилистика современной рекламы. 6.Современная речь как стилистически организованная коммуникация: литературный язык, внелитературные языковые пласты, их специфика и степень востребованности в разных видах рекламы.	2 -4 2 -6 2 -8	2
	Самостоятельная работа. Анализ структуры текста. (цель, стиль, микротемы, языковые и выразительные средства)	2 -10 2 -12 2 -14	
Тема 1.2 Текст как объект стилистического	1.Текст в системе языка (язык, литературный язык, функциональные стили литературного языка, подстили, жанры, тексты). 2.Характеристики текста (целостность, связность, закрепленность в	2 -16	1

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

анализа и единица массовых маркетинговых коммуникаций, его основные характеристики.	определенной знаковой системе, информативность, самопонятность, автосемантия, тематическая недостаточность, интертекстуальность). 3.Стилистический подход к созданию и анализу текста. Медиатекст в рекламе и связях с общественностью.	2 -18 2 -20	
	Практическое занятие. Специфика текстов в рекламе и связях с общественностью. Общие и различные черты журналистских, рекламных и текстов.	2 -22	2
	Самостоятельная работа. Составление связного рекламного текста на заданную тему.	2 -24	
Тема 1.3 Стилистика рекламных текстов.	1.Звук как способ воздействия на реципиента в разных видах рекламы. 2.Основные приемы фоностилистики: ассонанс, аллитерация, звуковые повторы других типов. 3.Рифма как фоностилистический прием. Виды рифм и их востребованность в современной рекламе. Звукоподражание в рекламных текстах и слоганах. 4.Фоностилистические ошибки, создающие шумы в коммуникативной цепочке: стечение согласных, неблагозвучие и др.	2 -26 2 -28 2 -30	1

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Тема 1. 4 Лексическая стилистика рекламы.	1.Нейтральные и стилистически окрашенные средства в рекламном тексте. 2.Виды стилистической окраски. 3.Неологизмы, их виды модели создания. Авторские (окказиональные) неологизмы в российской рекламе. Архаизмы и историзмы в нейминге и текстах современной рекламы. 4.Заимствования, их типы и роль стилистического и смыслового маркера рекламного текста. Варваризмы и экзотизмы в рекламе.	2 -32 2 -34 2 -36	1
	Практическое занятие.Работа с фразеологизмами и идеомами при создании рекламных текстов.	2 -38	2
	Самостоятельная работа. Стилистические ресурсы лексики – основа креативных приемов словесной игры: омонимы, омофоны, омографы, омоформы, паронимы, полисемичные (многозначные) слова и конструкции. Наиболее востребованные в современной рекламистике тропы: метафора, гипербола, олицетворение, метонимия, синекдоха. Эпитет и сравнение в рекламе	2 -40 2 -42	3
Тема 1.5 Стилистическая грамматика рекламного текста.	1.Стилистические фигуры в рекламном тексте. Анафора и эпифора. Параллелизм. Градация и ее виды. Антитеза – самая частотная фигура в рекламистике. Риторический вопрос и обращение. Другие фигуры. 2.Грамматические структуры, организующие рекламный текст на композиционном уровне: дубитация, объективизация, парцелляция и др. 3.Использование грамматических форм в переносном значении как	**2** **-44** **2** **-46** **2** **-48**	1

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	стилистический прием. Стилистико-грамматические способы выражения императивности в рекламе.		
Тема 1.6 Функциональная стилистика в рекламе	1.Функциональные стили. Книжные стили, области функционирования, стилистическое членение (подстиль, жанр, текст). 2. Научный стиль, официально-деловой, публицистический, разговорный, стиль художественной литературы их использование в рекламной коммуникации. 3. Проблема авторского стиля в рекламе.	**2 -50 2 -52**	1
	Самостоятельная работа. Анализ текста. Составить текст рекламы по заданной теме (определить стиль, выразительные языковые средства)	**2 -54 2 -56 2 -58**	3
Раздел 2 Литературное редактирование рекламных текстов	1.Традиционные методики анализа текста и практика редактирования. 2.Сравнительный анализ, экспериментальные методики (Л. В. Щерба). Метод «стилистического эксперимента» (А. М. Пешковский). Метод конкретизации (Л. В. Щерба). 3.Виды редакторского чтения. Ознакомительное чтение. Углубленное чтение. Тестирование текста как специфический прием работы с рекламными текстами. 4.Виды правки. Правка - вычитка. Правка - сокращение. Правка обработка.	**2 -60 2 -62**	1

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Самостоятельная работа. Анализ фактологического материала. Процесс правки текста и его особенности при работе с материалами СМИ.	2 -64 2 -66 2 -68	3
Тема 2. 2 Основные виды ошибок, нарушающих коммуникативную эффективность рекламных текстов.	1.Ошибки, нарушающие ясность текста. Смещение логического ударения. Ошибочная смысловая связь слов. Ошибочное смысловое разделение слов. 2.Коммуникативная точность текста. Точность фактическая и коммуникативная. Виды ошибок, нарушающих точность: смешивание слов, сходных по значению (неудачный выбор компонента синонимического ряда); слов, сходных по звучанию и написанию (паронимы, омофоны и омографы); слов одного семантического поля и др. 3.Виды нарушений точности текста: неопределенность, неконкретность, подмена видовых понятий малоинформативными родовыми и т.д. Методы борьбы с подобными ошибками. 4.Полнота текста. Причины непреднамеренного пропуска в текстах коммуникативно важных элементов. Основные типы ошибок. Распознающий и преобразующий алгоритм. 5.Логичность текста. Логика вывода и логика текста. Основные логические ошибки. Сопоставление. Противоречие в тексте (контактные, дистантные, неявные, неполные).	2 -70 2 -72 2 -74 2 -76	2
	Самостоятельная работа.Необходимое разнообразие текста. Основные типы ошибок. Тавтология, плеоназм, случайная рифма. Повторение одного и того же слова в разных смыслах как стилистический прием.	2 -78 2	3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

		-80 2 -82	
Тема 2.3. Рекламный текст как целостное речевое произведение.	1.Виды текстов по способу изложения, их цели и особенности. 2.Изобразительные виды текста: повествование и описание, а также характерные для СМИ сообщение и информационное описание. 3.Логизированные вилы текста: рассуждения и объяснения, а также умозаключения и определения.	**2 -84 2 -86 2 -88**	1
	Практическая работа. Работа над композицией рекламного текста. План. Авторский план текста, план готового текста, план изменений, вносимых в текст. Тестирование текста как завершающий этап редакторской работы над материалами рекламы.	**2 -90 2 -92**	2
Закрепление и повторение пройденного материала		2 -94	3
	Самостоятельная работа, Подготовка к итоговой контрольной работе.	2 -96 2 -98	3
Зачет.		2 -100 2 -102	3

Всего: 102

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.

ГАПОУ СО «Нижнетагильский
торгово-экономический
колледж»

3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ВИДОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Содержание обучения	Характеристика основных видов учебной деятельности студентов(на уровне учебных действий)
Введение	Извлекать из разных источников и преобразовывать информацию о языке как развивающемся явлении, о связи языка и культуры. Характеризовать на отдельных примерах взаимосвязь языка, культуры и истории народа – носителя языка; анализировать пословицы и поговорки о русском языке. Составлять связное высказывание (сочинение – рассуждение) в устной или письменной форме. Приводить примеры, которые доказывают, что изучение языка позволяет лучше узнать историю и культуру страны. Определять тему, основную мысль текстов о роли русского языка в жизни общества. Вычитывать разные виды информации; проводить языковой разбор текстов; извлекать информацию из разных источников (таблиц, схем). Преобразовывать информацию; строить рассуждение о роли русского языка в жизни человека.
Стилистика рекламных текстов и их особенности.	Выразительно читать текст, определять тему, функциональный тип речи, формулировать основную мысль художественных текстов. Вычитывать разные виды информации. Характеризовать средства и способы связи предложений в тексте. Выполнять лингвистический анализ текста; определять авторскую позицию в тексте; высказывать свою точку зрения по проблеме текста. Характеризовать изобразительно-выразительные средства языка, указывать их роль в идейно-художественном содержании текста. Составлять связное высказывание (сочинение) в устной и письменной форме на основе проанализированных текстов; определять эмоциональный настрой текста. Анализировать речь с точки зрения правильности, точности, выразительности, уместности употребления языковых средств. Подбирать примеры по темам, взятым из изучаемых художественных произведений. Оценивать чужие и собственные высказывания разной функциональной направленности с точки зрения соответствия их коммуникативным задачам и нормам современного русского литературного языка. Исправлять речевые недостатки; редактировать текст.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Выступать перед аудиторией сверстников с небольшими информационными сообщениями, докладами на учебно-научную тему. Анализировать и сравнивать русский речевой этикет с речевым этикетом отдельных народов России и мира. Различать тексты разных функциональных стилей (экстра-лингвистические особенности, лингвистические особенности на уровне употребления лексических средств, типичных синтаксических конструкций). Анализировать тексты разных жанров научного (учебно-научного), публицистического, официально-делового стилей, разговорной речи. Создавать устные и письменные высказывания разных стилей, жанров и типов речи (отзыв, сообщение, доклад; интервью, репортаж, эссе; расписка, доверенность, заявление; рассказ, беседа, спор). Подбирать тексты разных функциональных типов и стилей; осуществлять информационную переработку текста, создавать вторичный текст, используя разные виды переработки текста (план, тезисы, конспект, реферат, аннотацию, рецензию).
Основные виды ошибок, нарушающих коммуникативную эффективность рекламных текстов.	Проводить фонетический разбор; извлекать необходимую информацию по изучаемой теме из таблиц, схем учебника. Извлекать необходимую информацию из мультимедийный орфоэпических словарей и справочников; использовать её в различных видах деятельности. Строить рассуждения с целью анализа проделанной работы; определять круг орфографических и пунктуационных правил, по которым следует ориентироваться в конкретном случае. Проводить операции синтеза и анализа с целью обобщения признаков, характеристик, фактов и т. д. Извлекать необходимую информацию из орфоэпических словарей и справочников; опознавать основные выразительные средства фонетики (звукопись).
Литературное редактирование рекламных текстов	Аргументировать различие лексического и грамматического значения слова; опознавать основные выразительные средства лексики и фразеологии в публицистической и художественной речи и оценивать их. Объяснять особенности употребления лексических средств в текстах научного и официально-делового стилей речи; извлекать необходимую информацию из лексических словарей разного типа (толкового словаря, словаря синонимов, антонимов, устаревших слов, иностранных слов, фразеологического словаря и др.) и справочников, в том числе мультимедийных; использовать эту информацию в различных видах деятельности.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Познавать основные виды тропов, построенном на переносном значении слова (метафора, эпитет, олицетворение).
Лексическая стилистика рекламы.	Опознавать, наблюдать изучаемое языковое явление, извлекать его из текста, анализировать с точки зрения текстообразующей роли. Проводить морфологический, орфографический, пунктуационный анализ. Извлекать необходимую информацию по изучаемой теме из таблиц, схем учебника; строить рассуждения с целью анализа проделанной работы. Определять круг орфографических, пунктуационных правил, по которым следует ориентироваться в конкретном случае. Проводить операции синтеза и анализа с целью обобщения признаков, характеристик, фактов и т.д.; подбирать примеры по теме из художественных текстов изучаемых произведений. Составлять монологические высказывания на лингвистическую тему в устной или письменной форме; анализировать текст с целью обнаружения изученных понятий (категорий), орфограмм, пунктограмм. Извлекать необходимую информацию из мультимедийных словарей и справочников по правописанию; использовать эту информацию в процессе письма; определять роль слов разных частей речи в текстообразовании.
Синтаксис и пунктуация.	Опознавать, наблюдать изучаемое языковое явление, извлекать его из текста, анализировать с точки зрения текстообразующей роли, проводить языковой разбор (фонетический, лексический, морфемный, словообразовательный, этимологический, морфологический, синтаксический, орфографический, пунктуационный). Комментировать ответы товарищей. Извлекать необходимую информацию по изучаемой теме из таблиц, схем учебника; строить рассуждения с целью анализа проделанной работы; определять круг орфографических и пунктуационных правил, по которым следует ориентироваться в конкретном случае; анализировать текст с целью обнаружения изученных понятий (категорий), орфограмм, пунктограмм. Составлять синтаксические конструкции (словосочетания, предложении) по опорным словам, схемам, заданным темам, соблюдая основные синтаксические нормы. Проводить операции синтеза и анализа с целью

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	обобщения признаков, характеристик, фактов и т.д.; подбирать примеры по теме из текстов изучаемых художественных произведений. Определять роль синтаксических конструкций в текстообразовании; находить в тексте стилистические фигуры. Составлять связное высказывание (сочинение) на лингвистическую тему в устной и письменной форме по теме занятия. Извлекать необходимую информацию из мультимедийных словарей и справочников по правописанию; использовать эту информацию в процессе письма. Производить синонимическую замену синтаксических конструкций. Составлять монологическое высказывание на лингвистическую тему в устной и письменной форме. Пунктуационно оформлять предложения с разными смысловыми отрезками; определять роль знаков препинания в простых и сложных предложениях. Составлять схемы предложений, конструировать предложения по схемам.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Стилистика русского языка в рекламном обращении».Программа реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Оборудование учебного кабинета: парты, стулья, доска, место преподавателя, книжный шкаф, лексические и грамматические таблицы, словари, тексты художественных произведений.

Технические средства обучения: компьютер, мультимедиапроектор, телевизор, DVD-плейер.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Стилистика и литературное редактирование [Текст] : учеб. для акад. бакалавриата: Рек. УМО высш. образования в качестве учеб. для студ. вузов, обучающихся по гуманит. направлениям и спец. / Под ред. Л. Р. Дускаевой. - М.: Юрайт, 2017. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01944-5. Т. 1. - М. : Юрайт, 2017. - 325 с.
2. Стилистика и литературное редактирование [Текст] : учеб. для акад. бакалавриата: Рек. УМО высш. образования в качестве учеб. для студ. вузов, обучающихся по гуманит. направлениям и спец. / Под ред. Л. Р. Дускаевой. - М. :Юрайт, 2017. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01944-5. Т. 2. - М. : Юрайт, 2017. - 308 с.
3. Стилистика и литературное редактирование [Текст] : учебное пособие / под ред Н. В. Малычевой. - М.: "Дашков и К' " ; Ростов н/Д : Наука-Спектр, 2018. - 287 с. - ISBN 978-5-394-01368-3
4. Иванова К. Копирайтинг: секреты составления PR-текстов. Практическое пособие. 3-е издание. – М.: Питер, 2019;
5. Руженцева Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие Флинта 2018 г. 181 с. http://www.knigafund.ru/books/179400

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

6. Кузнецов П.А. Копирайтинг &спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс]/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.—

260 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35279.html.— ЭБС «IPRbooks»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

7. Назайкин Н. А. Эффективный рекламный текст в СМИ

[Электронный ресурс]: монография/ Назайкин Н. А.— Электрон.
текстовые данные.— М.: Московский государственный
университет имени М.В. Ломоносова, 2018.— 480 с. — Режим
доступа: http://www.iprbookshop.ru/13128.html.— ЭБС «IPRbooks»

8. Слободянюк Э. Клад для копирайтера [Электронный ресурс]: технология создания захватывающих текстов/ Слободянюк Э.— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер,

2017.— 224 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39238.html.—ЭБС«IPRbooks»

б) Дополнительная литература:

9. Литвиненко Т.Е. Интертекст в аспектах лингвистики и общей теории текста [Электронный ресурс]: монография/ Литвиненко Т.Е.— Электрон. текстовые данные.— Иркутск: Иркутский государственный лингвистический университет, 2018.— 308 с.—

Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21082.html.— ЭБС «IPRbooks»

10. Брайан Гарнер Эффективные письменные деловые коммуникации [Электронный ресурс]/ Брайан Гарнер— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер,
2018.— 195 с.— Режим доступа:
http://www.iprbookshop.ru/39478.html.— ЭБС «IPRbooks»
11. Язык средств массовой информации [Электронный ресурс]:

учебное пособие для вузов/ О.В. Александрова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Академический Проект, Альма Матер, 2019.— 760 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/36864.html.— ЭБС «IPRbooks»

12. Лыткина О.И., Селезнева Л.В. Практическая стилистика русского языка: уч. пособие, М.: Флинта, 2018. http://www.knigafund.ru/books/179107

13. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бакулев

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Г.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2020.—

192 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8836.html.— ЭБС «IPRbooks»

14. Хохлова Е.А. Дискурсные пересечения в жанровых системах рекламы и PR как инструментах кодирования. Статья в сб. материалов Международной конференции «Высшее образование для XXIвека»,изд-воМосГУ, 2018;

15. Чумиков А.Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью. М:.Кнорус, 2019;
16. Голуб, И.Б. Секреты стилистики. Правила хорошей речи : справочник / Голуб И.Б. — Москва : КноРус, 2016. — 192 с.
17. Мощева, С.В. Интенциональность речевого поведения: система средств интенсификации (на материале коммерческого и некоммерческого рекламного дискурса) : монография / Мощева С.В. — Москва : Русайнс, 2017. — 266 с.

в) Интернет-ресурсы:

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1. http://www.advertology.ru

2. http://www.brandmarket.ru/news/news_page_419.html магазин товарных знаков BrandMarket.Ru

3. http://www.sovetnik.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для выполнения практических работ, проведения тренингов и выполнения тестовых заданий подготовлены печатные материалы, которые содержатся в методической папке (кафедра гуманитарных и естественно-научных дисциплин), используются мультимедийные ресурсы кафедры и вуза.

Лекционные и семинарские занятия предполагают комплект презентационного оборудования: мультимедиа-проектор, ноутбук (или ПЭВМ).

Компьютерный класс с установленными программными средствами привлекается для проведения практических занятий и для осуществления текущего и рубежного контроля знаний обучающихся в форме тестирования.

Используемые программы (для подготовки и проведения занятий):

- Microsoft Office (PowerPoint, Word); Adobe Photoshop; Adobe Reader; Eset NOD32 Antivirus; EtxtAntiplagiat
- Браузеры: Google Chrome, Mozilla Firefox
- Медиапроигрыватели: Media Player Classic Homecinema, Windows Media
- SaaS-платформа WIX
- Профессиональный интерфейс Яндекс.Директ

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья необходимы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университетом обеспечивается:

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1. Наличие альтернативной версии официального сайта Университета в сети «Интернет» для слабовидящих;

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, созданы материально-технические условия обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекту питания, туалетные и другие помещения Университета, а также пребывания в указанных помещениях.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

8. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2014 г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении обучающихся -инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором ОЧУ ВО «Еврейский университет» от 20.06.2019 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Лист подписей

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»
SHA-256 исходного документа: bfdfede1cfe29257f9a5fbab6ade65c5df97ca57a6a41b0022efb6dcb3cab0ec
Документ: 26 страниц
Проверка подписей: https://sig.nttek.ru/v/stJOCkGOnor2ma8JcmItZ5yWzlUcfqMImmCmCzXf0qadAa2T
Печатная форма сформирована: 28.10.2026 14:30

№	Роль в подписи	Подписант	Сертификат	Дата и время подписания	Результат проверки
1	Утверждаю	Дмитриева Марина Георгиевна Заместитель директора по учебной работе	№ 7E9C18960643A37EF2C929CD1E513CCD, действителен с 08.10.2026 по 08.10.2027	28.10.2026 14:29:29	**подпись действительна** роль и должность подтверждены подписью

Печатная форма не подписывается и служит для удобства чтения. Юридическую силу имеют исходный PDF-документ и файлы электронных подписей (.sig). Подпись — усиленная неквалифицированная электронная подпись (ч. 3 ст. 5 Федерального закона № 63-ФЗ), выданная удостоверяющим центром колледжа.
Время указано по часовому поясу колледжа (Asia/Yekaterinburg, UTC+5).