

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Креативная рекламная риторика»

(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.04.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности/ специализации	Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях
Форма обучения	очная
Год приема	2026

Санкт-Петербург– 2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

09.02.2026

(подпись, дата)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.

(уч. степень, звание)

10.02.2026

(подпись, дата)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

старший преподаватель

(должность, уч. степень, звание)

10.02.2026

(подпись, дата)

М.Б. Капелюш

(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Креативная рекламная риторика» входит в образовательную программу высшего образования – программу магистратуры по направлению подготовки/специальности 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности/специализации «Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

УК-4 «Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия»

ПК-1 «Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с историей и теорией риторики как искусства убеждения, классическими и современными риторическими моделями, технологиями создания убедительных рекламных и PR-сообщений, приёмами аргументации и речевого воздействия, методами анализа риторической эффективности текстов и выступлений, а также практическими аспектами применения риторических техник в управленческой и профессиональной коммуникации в креативных индустриях.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью преподавания дисциплины является формирование у магистрантов системы знаний о риторике как искусстве убедительной речи и её применении в рекламе и связях с общественностью; овладение практическими навыками создания эффективных устных и письменных рекламных сообщений; развитие способностей к аргументации, ведению дискуссий, публичным выступлениям и управленческой коммуникации в креативных индустриях.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.3.1 знать правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации; современные коммуникативные технологии на русском и иностранном(ых) языке(ах) УК-4.3.2 знать современные технологии, обеспечивающие коммуникацию и кооперацию в цифровой среде УК-4.У.1 уметь применять на практике технологии коммуникации и кооперации для академического и профессионального взаимодействия, в том числе в цифровой среде, для достижения поставленных целей УК-4.В.1 владеть навыками межличностного делового общения на русском и иностранном(ых) языке(ах) с применением современных технологий и цифровых средств коммуникации
Профессиональные компетенции	ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью	ПК-1.3.1 знать современные инструменты и методы управления организацией, в том числе методы планирования деятельности, распределения поручений, контроля исполнения, принятия решений ПК-1.У.2 уметь осуществлять мониторинг и контроль разработки и выполнения цифровой стратегии организации (региона, страны) ПК-1.В.1 владеть навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере креативных индустрий рекламы и связей с общественностью

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися на предыдущей ступени образования.

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- «Сторителлинг в рекламе и PR»;
- «Производственная профессионально-творческая практика».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№2
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	5/ 180	5/ 180
Из них часов практической подготовки	17	17
Аудиторные занятия, всего час.	51	51
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	34	34
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	54	54
Самостоятельная работа, всего (час)	75	75
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Экз.,	Экз.,

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ)	ЛР (час)	КП/КР (час)	СР (час)
Семестр 2					
Раздел 1. Теоретические основы риторики	4	6	-	-	15
Тема 1.1. Риторика как наука и искусство убеждения. История риторики.	2	3	-	-	7
Тема 1.2. Классическая риторическая модель: этос, логос, пафос.	2	3	-	-	8
Раздел 2. Риторика рекламного и PR-сообщения	4	8	-	-	20
Тема 2.1. Структура и композиция убедительной речи.	2	4	-	-	10
Тема 2.2. Креативные приёмы создания рекламных и PR-текстов.	2	4	-	-	10

Раздел 3. Аргументация и речевое воздействие	3	6	-	-	15
Тема 3.1. Техники аргументации и способы доказательства.	1,5	3	-	-	7
Тема 3.2. Логические и риторические ошибки, манипуляции и их нейтрализация.	1,5	3	-	-	8
Раздел 4. Управленческая риторика и коммуникативное лидерство	3	8	-	-	15
Тема 4.1. Риторика в управлении: техники делового общения и переговоров.	1,5	4	-	-	8
Тема 4.2. Лидерство и публичные выступления: подготовка и техники.	1,5	4	-	-	7
Раздел 5. Цифровая риторика и современные коммуникации	3	6	-	-	10
Тема 5.1. Риторические особенности цифровой коммуникации (соцсети, блоги, мессенджеры).	1,5	3	-	-	5
Тема 5.2. Риторический анализ и оценка эффективности рекламных и PR-текстов.	1,5	3	-	-	5
Итого в семестре:	17	34	-	-	75
Итого	17	34	0	0	75

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Тема 1.1. Риторика как наука и искусство убеждения. История риторики. Определение риторики. Античная риторика (Аристотель, Цицерон, Квинтилиан). Риторика в Средние века и Возрождение. Современная риторика: неориторика и аргументация (Перельман, Тулмин). Риторика и реклама: общие принципы воздействия.
1	Тема 1.2. Классическая риторическая модель: этос, логос, пафос. Этос: нравственный облик оратора, доверие и авторитет. Логос: логическая аргументация, доказательства. Пафос: эмоциональное воздействие, создание настроения. Взаимодействие трёх компонентов в рекламной и PR-коммуникации.
2	Тема 2.1. Структура и композиция убедительной речи. Этапы создания речи: инвенция (изобретение), диспозиция (расположение), элокуция (выражение), мемория (запоминание), акция (произнесение). Композиция: вступление, основная часть, заключение. Особенности композиции в рекламных текстах и PR-материалах.
2	Тема 2.2. Креативные приёмы создания рекламных и PR-текстов. Риторические фигуры и тропы (метафора, метонимия, сравнение, гипербола, аллегория, ирония). Стилистические приёмы (градация, инверсия,

	параллелизм, риторический вопрос). Использование креативных приёмов для создания запоминающихся слоганов и текстов.
3	Тема 3.1. Техники аргументации и способы доказательства. Виды аргументов: рациональные (факты, статистика, логика) и эмоциональные (ценности, чувства). Дедуктивная и индуктивная аргументация. Методы опровержения. Техника Сократа. Модели аргументации Тулмина.
3	Тема 3.2. Логические и риторические ошибки, манипуляции и их нейтрализация. Логические ошибки: обобщение, подмена тезиса, ложная аналогия. Риторические ошибки: использование клише, неопределенность, двусмысленность. Манипулятивные техники в рекламе и PR. Способы распознавания и противодействия манипуляциям.
4	Тема 4.1. Риторика в управлении: техники делового общения и переговоров. Деловая риторика: принципы и правила. Структура делового разговора. Техники убеждения в переговорах. Аргументация в конфликтных ситуациях. Риторика корпоративной коммуникации.
4	Тема 4.2. Лидерство и публичные выступления: подготовка и техники. Психологические аспекты публичного выступления. Подготовка речи: анализ аудитории, сбор материала, структурирование. Техники управления вниманием, голосом и жестами. Работа с возражениями. Ораторское мастерство руководителя.
5	Тема 5.1. Риторические особенности цифровой коммуникации. Специфика общения в социальных сетях, блогах, мессенджерах. Принципы контент-маркетинга. Особенности текстов для разных цифровых платформ. Сторителлинг и нарратив в цифровой среде.
5	Тема 5.2. Риторический анализ и оценка эффективности рекламных и PR-текстов. Методика риторического анализа: анализ аудитории, цели, содержания, композиции, языковых средств. Оценка перлокутивного эффекта (реакция аудитории). Критерии эффективности рекламных и PR-текстов.

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 2					
1	Риторический анализ рекламных текстов (этос, логос, пафос).	Кейс-стади, групповая дискуссия.	3	1,5	1
2	Анализ классических и современных рекламных обращений.	Разбор кейсов, практическая работа.	3	1,5	1
3	Разработка структуры	Творческий практикум, защита	4	2	2

	рекламного обращения по риторическим канонам.	работ.			
4	Использование риторических фигур и тропов в рекламе и PR.	Практикум, создание креативных текстов.	4	2	2
5	Техники аргументации: дебаты по рекламному кейсу.	Дебаты, ролевая игра.	3	1,5	3
6	Распознавание логических и риторических ошибок.	Анализ текстов, работа в парах.	3	1,5	3
7	Деловая коммуникация: переговоры в рекламной сфере.	Деловая игра, симуляция переговоров.	4	2	4
8	Публичное выступление: подготовка и презентация речи.	Практикум, выступления и обсуждение.	4	2	4
9	Анализ риторики социальных сетей и цифровых коммуникаций.	Работа с реальными данными, кейс-стади.	3	1,5	5
10	Риторический анализ и оценка рекламного текста (защита проекта).	Защита мини-проектов.	3	1,5	5
Всего			34	17	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Выполнение курсового проекта/ курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 2, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	40	40
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	7	7
Домашнее задание (ДЗ)	20	20
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	8	8
Всего:	75	75

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. разделов 6-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://urait.ru/ Режим доступа: для авторизованных пользователей.	Морозова, О.Н. Теория и практика риторики : учебник для вузов / О.Н. Морозова. – Москва : Юрайт, 2025. – 280 с.	
URL: https://e.lanbook.com/ Режим доступа: для авторизованных пользователей.	Борисова, Е.А. Аргументация в деловой коммуникации : учебно-методическое пособие / Е.А. Борисова. – СПб. : Лань, 2024. – 160 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов

информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://pro.guap.ru/	Элементы электронного курса по дисциплине размещены <u>внутри ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»</u>

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» (https://pro.guap.ru/ разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке https://guap.ru/it/system/iso
2	Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет» (https://guap.ru/), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)
3	Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке https://guap.ru/it/system/iso/po)
4	LibreOffice 5 (Лицензия LGPLv3)
5	MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)
6	VLC mediaplayer (Лицензия: GNU LesserGeneralPublicLicense v2.1+)

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
Электронные библиотечные ресурсы и системы	
1	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru.), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
4	ЭБС Znanium (https://znanium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5	Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
Информационные и справочно-правовые системы	
1	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитория для занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации - Мультимедийная лекционная аудитория: Специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
2	Учебная аудитория для занятий семинарского типа (в том числе практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для воспитательной работы. Укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
3	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы). Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену; Тесты.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	Обучающийся: – глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий**.
«хорошо» «зачтено»	Обучающийся: – твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий**.
«удовлетворительно» «зачтено»	– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий**.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений. – правильно выполнил менее 51% тестовых заданий**.

Примечание: ** по решению кафедры процент правильно выполненных тестовых заданий может быть изменен.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1	Понятие риторики и её роль в рекламе и связях с общественностью.	УК-4.3.1
2	История развития риторики (античная, средневековая, современная).	УК-4.3.1
3	Классическая риторическая модель: этос, логос, пафос.	УК-4.У.1
4	Структура и композиция убедительной речи в рекламе.	УК-4.У.1
5	Риторические фигуры и тропы в рекламных текстах.	УК-4.3.1
6	Приёмы создания запоминающихся слоганов и рекламных сообщений.	УК-4.У.1
7	Техники аргументации и способы доказательства.	УК-4.В.1

8	Логические и риторические ошибки: виды и способы устранения.	УК-4.3.2
9	Манипулятивные техники в рекламе и PR: распознавание и нейтрализация.	УК-4.У.1
10	Деловая риторика: структура и правила делового общения.	ПК-1.3.1
11	Риторика переговоров: техники убеждения и аргументации.	ПК-1.3.1
12	Публичное выступление руководителя: подготовка и техники.	ПК-1.3.1
13	Ораторское мастерство: голос, жесты, управление вниманием аудитории.	УК-4.В.1
14	Цифровая риторика: особенности коммуникации в социальных сетях и мессенджерах.	УК-4.3.2
15	Сторителлинг как риторический приём в рекламе и PR.	УК-4.У.1
16	Методика риторического анализа рекламных текстов.	ПК-1.У.2
17	Критерии оценки эффективности рекламных и PR-текстов.	ПК-1.У.2
18	Риторика в управлении организацией: корпоративная коммуникация.	ПК-1.В.1
19	Риторика в конфликтных ситуациях: стратегии и тактики.	ПК-1.В.1
20	Специфика риторики в креативных индустриях: особенности и тренды.	ПК-1.3.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для выполнения курсового проекта / курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	1. Что такое риторика? а) Наука о красивой речи б) Искусство эффективного убеждения в) Правила построения предложений г) Теория литературы 2. Какие компоненты входят в классическую риторическую модель? (Выберите несколько) а) Этос б) Логос в) Пафос г) Эпос д) Драма	УК-4.3.1, УК-4.У.1, УК-4.В.1, ПК-1.3.1

	3. Соотнесите понятие и его характеристику: А) Этос Б) Логос В) Пафос 1) Логическое обоснование, доказательства 2) Эмоциональное воздействие на аудиторию 3) Доверие к оратору, его авторитет 4. Установите последовательность этапов подготовки речи: 1) Расположение материала 2) Изобретение (поиск идей) 3) Выражение (выбор языковых средств) 4) Произнесение 5) Запоминание 5. Напишите развернутый ответ: В чём заключается роль этоса в рекламной риторике?	
2	1. Что такое аргументация? а) Процесс пересказа текста б) Процесс приведения доказательств для обоснования утверждения в) Искусство красивого описания г) Способ эмоционального воздействия 2. Какие техники относятся к эффективной аргументации? (Выберите несколько) а) Ссылка на факты и статистику б) Апелляция к эмоциям в) Использование риторических вопросов г) Подмена тезиса д) Приведение примеров и аналогий 3. Соотнесите риторическую фигуру и её описание: А) Метафора Б) Гипербола В) Риторический вопрос 1) Вопрос, не требующий ответа, для привлечения внимания 2) Скрытое сравнение 3) Намеренное преувеличение 4. Установите последовательность этапов публичного выступления: 1) Вступление (привлечение внимания) 2) Подготовка и сбор материала 3) Заключение (резюме, призыв) 4) Основная часть (аргументация) 5) Анализ аудитории 5. Напишите развернутый ответ: Какие особенности риторики необходимо учитывать при создании контента для социальных сетей?	УК-4.3.2, УК-4.У.1, ПК-1.3.1, ПК-1.В.1

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал сопровождается демонстрацией слайдов, разбором реальных рекламных и PR-текстов, а также проведением коротких дискуссий об особенностях применения риторических техник. Конспекты лекций проверяются преподавателем в ходе текущего контроля.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

Требования к подготовке и участию в семинарах:

- Изучите вопросы семинара, представленные в плане занятия.
- Ознакомьтесь с обязательной и дополнительной литературой по теме.
- Подготовьте краткие тезисы или план ответа по каждому вопросу.
- Будьте готовы к обсуждению, дискуссии, аргументированию своей позиции.
- Для докладов и сообщений подготовьте презентацию или раздаточный материал.

На семинарских занятиях по креативной рекламной риторике приветствуется:

- анализ текстов реальных рекламных и PR-кампаний с риторической точки зрения;
- участие в дебатах и дискуссиях;
- подготовка и демонстрация публичных выступлений;
- работа в малых группах над созданием убедительных сообщений.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям:

- повторите соответствующий лекционный материал;
- ознакомьтесь с заданием, которое будет выполняться на занятии (выдаётся заранее);
- при выполнении групповых заданий распределите роли и согласуйте план работы;
- результаты работы оформляйте в виде текста, презентации или отчёта (по указанию преподавателя).

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ

Учебным планом дисциплины «Креативная рекламная риторика» выполнение лабораторных работ не предусмотрено.

11.5. Методические указания для обучающихся по выполнению курсового проекта/ курсовой работы

Учебным планом дисциплины выполнение курсового проекта/курсовой работы не предусмотрено.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Виды самостоятельной работы по дисциплине:

- Изучение теоретического материала по темам, вынесенным на самостоятельное освоение.
- Подготовка к практическим занятиям (выполнение домашних заданий, подготовка выступлений, анализ текстов).
- Выполнение творческих проектов (создание рекламных текстов, подготовка публичных выступлений).
- Подготовка к текущему контролю успеваемости (тесты, коллоквиумы).
- Подготовка к промежуточной аттестации (экзамен).

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся, являются:

- учебно-методический материал по дисциплине (конспекты лекций, презентации, глоссарий);
- методические указания по выполнению домашних заданий (размещаются в ЭИОС);
- список рекомендованной литературы и электронных ресурсов.

11.7. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости по дисциплине направлен на систематическую проверку уровня освоения теоретического материала, сформированности практических навыков и готовности к самостоятельной творческой деятельности.

Формы текущего контроля:

Форма контроля	Периодичность	Метод проведения	Балльная оценка
Устный опрос / блиц-опрос	На каждом практическом занятии	Фронтальный опрос по материалу предыдущего занятия или домашнему заданию (3–5 вопросов).	0–5 баллов
Проверка домашних заданий (тексты, выступления)	После каждого занятия (по расписанию)	Защита выполненного задания с обоснованием решений.	0–15 баллов
Коллоквиум (письменная работа)	В середине семестра (около 8- й недели)	Письменный опрос по теоретическим разделам (1–3) по билетам.	0–20 баллов
Творческий проект (публичное выступление или анализ текста)	По завершении изучения основных разделов	Публичное выступление или защита риторического анализа с демонстрацией навыков.	0–40 баллов
Тестирование	По завершении модулей	Тесты закрытого и открытого типа по терминологии и технологиям.	0–20 баллов

Все формы контроля обязательны. Пропуск без уважительной причины оценивается в 0 баллов.

Учёт текущего контроля при промежуточной аттестации:

Экзамен состоит из устного ответа на вопросы (50 % итоговой оценки) и выполнения практического задания (публичное выступление или риторический анализ текста по брифу). К экзамену допускаются студенты, набравшие не менее 60 баллов из 100 по текущему контролю.

Итоговая оценка формируется как сумма: текущий контроль (макс. 100) + экзамен (макс. 100). Перевод баллов: «отлично» – 170–200, «хорошо» – 130–169, «удовлетворительно» – 90–129, «неудовлетворительно» – менее 90.

11.8. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Основная форма проведения экзамена – устный ответ на вопросы и выполнение практического задания (подготовка и произнесение речи или риторический анализ рекламного текста). Вопросы для подготовки представлены в таблице 15 данной РПД. К экзамену допускаются обучающиеся, прошедшие текущий контроль и защитившие все практические работы.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой