

УДК
ББК

Усанова О.Г. Речевое воздействие в рекламе: Учеб.-метод. пособие / О.Г. Усанова; ЧГАКИ. – Челябинск, 2006. – 110 с.

Рецензенты:

Т.Г. Голощапова, кандидат филологических наук, доцент

А.М. Чеботарев, кандидат педагогических наук, доцент

Учебно-методическое пособие насыщено теоретическими положениями, актуальными примерами, проблемными вопросами, оригинальными текстами, способствующими развитию профессиональных знаний, умений и навыков специалистов в области рекламы.

В каждой теме подобраны задания для самостоятельной, практической работы студентов. Предлагается подробный список основной и дополнительной литературы по данной проблеме.

Предназначено учебно-методическое пособие студентам, будущим специалистам в области рекламной коммуникации, а также всем, кто интересуется проблемами речевого воздействия и массовой коммуникации.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	4
Содержание курса.....	8
Тема 1. Введение в курс «Речевое воздействие в рекламе».....	9
Тема 2. Коммуникативная среда и сферы коммуникации.....	19
Тема 3. Модели речевого воздействия.....	33
Тема 4. Имплицитивная информация в речевой рекламе.....	43
Тема 5. Речевое воздействие и аргументация.....	47
Тема 6. Оценка коммуникативной эффективности рекламы.....	57
Тема 7. Языковая игра в коммерческой рекламе.....	65
Контрольные вопросы.....	70
Словарь рекламы.....	71
Терминология.....	79