**Контрольная работа по курсу «Семиотика рекламы»**

**Контрольная работа** — это письменная работа, которая является обязательной составной частью учебного плана образовательной программы высшего образования. В контрольной работе решаются конкретные задачи либо раскрываются определенные условием вопросы.

**Требования к контрольной работе**

Исходными данными для выполнения контрольной работы могут служить, учебники и учебные пособия, статистические данные, результаты социологических исследований и др.

Срок сдачи контрольной работы определяется в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком и доводится до сведения обучающихся.

**Порядок выбора варианта контрольной работы**

**Выбор варианта контрольной работы определяется по последней цифре номера зачетной книжки или студенческого билета.**

**Структура и содержание контрольной работы**

За все сведения, изложенные в контрольной работе, и за правильность

всех данных ответственность несет студент - автор работы.

**Структура контрольной работы содержит следующие обязательные**

**элементы:**

• титульный лист;

• план работы;

• основная часть;

• библиографический список;

• приложение(я) (при необходимости).

***Содержание основной части работы должно соответствовать и***

***раскрывать название темы контрольной работы.***

***Контрольная работа выполняется письменно в виде конспекта в тетради 12 листов.***

**Темы контрольных работ**

1.Основные понятия о семиотики и ее составляющих

2. Интерпретация семиотического текста

3. Сущность и свойства знаковых систем

4. Структура знаков и их общая классификация

5. Измерения семиотического текста

6.Семиотический анализ рекламного сообщения

7. Комплексный анализ рекламного сообщения

8. Метафора и рекламный текст

9.Реклама как креолизованный текст

10. Логотип как вид креолизованного текста