

ПЪРВА АНГЛИЙСКА ЕЗИКОВА ГИМНАЗИЯ - СОФИЯ

КОНСПЕКТ

за определяне или промяна на годишна оценка
/ индивидуална или самостоятелна ФО / поправителен изпит /

Български език и литература - ИУЧ-ПП, 12. клас

Модул 2 „Езикови употреби“

РЕКЛАМЕН ТЕКСТ И РЕЧЕВИ СТРАТЕГИИ В РЕКЛАМАТА

1. Същност, предназначение и специфични особености на рекламния текст.
2. Видове реклами според комуникативната цел, носителя, аудиторията и сферата на приложение.
3. Речеви стратегии и езикови средства за привличане на внимание, убеждаване и въздействие в рекламата.
4. Стратегии за изграждане на реклама - определяне на целева аудитория, формулиране на послание, избор на аргументи и композиционно оформление.
5. Анализ и оценяване на рекламни текстове според тяхната цел, структура, езикови средства и въздействащ потенциал.
6. Принципи на лоялната рекламна практика и основни етични изисквания към рекламното послание.
7. Влияние на съвременните технологии и дигиталните медии върху създаването и разпространението на реклами.
8. Професионални роли и комуникативни задачи в дейността на рекламния агент.

УСТНО ОБЩУВАНЕ И РЕЧЕВИ СТРАТЕГИИ

9. Същност и специфики на устното общуване - непосредственост, ситуативност, обратна връзка и зависимост от комуникативната среда.
10. Екстралингвистични и паралингвистични фактори в устното общуване - интонация, темп, пауза, сила на гласа, жестове, мимика и език на тялото.
11. Видове устно общуване според степента на подготвеност и комуникативната ситуация.
12. Изисквания към участниците в устното речево общуване - уместност, яснота, последователност, активно слушане и съобразяване със събеседника.
13. Особености на монологичното устно общуване - структура, логическа последователност, аргументация и въздействие върху аудиторията.
14. Особености на диалогичното устно общуване - дискусия, дебат и неформален разговор; редуване на речевите роли и защита на позиция.

СТРАТЕГИИ ЗА ПИСАНЕ И РЕДАКТИРАНЕ

15. Основни етапи при създаването на писмен текст - планиране, формулиране на тема и цел, подбор и подреждане на информацията, създаване и редактиране.
16. Стратегии за създаване на текстове с аргументативна структура - теза, аргументи, примери, контрааргументи и заключение.
17. Редактиране на текст, създаден от изкуствен интелект - проверка на смисловата точност, логическата свързаност, езиковата коректност, стилистичната уместност и достоверността на информацията.

ОЧАКВАНИ КОМПЕТЕНТНОСТИ

Ученикът трябва да може да:

1. Обяснява същността, предназначението и специфичните особености на рекламния текст.
2. Разпознава основните видове реклами и ги класифицира според комуникативната им цел, носителя и целевата аудитория.
3. Анализира речевите стратегии и езиковите средства за убеждаване и въздействие в рекламата.
4. Планира и създава рекламno послание, съобразено с конкретна комуникативна цел и целева аудитория.
5. Оценява рекламни текстове според тяхната структура, езикова уместност, въздействащ потенциал и етичност.
6. Обяснява ролята на съвременните технологии и дигиталните медии в рекламната комуникация.

7. Разпознава екстралингвистичните и паралингвистичните средства в устното общуване и обяснява тяхното въздействие.
8. Използва уместно интонация, темп, пауза, жестове, мимика и език на тялото в различни комуникативни ситуации.
9. Структурира и представя ясно монологично изказване пред аудитория.
10. Участва в дискусия и дебат, като формулира позиция, изслушва събеседниците и защитава тезата си с аргументи.
11. Създава писмен текст чрез последователно прилагане на етапите планиране, структуриране, написване и редактиране.
12. Изгражда аргументативен текст с ясна теза, логически свързани аргументи, подходящи примери и обосновано заключение.
13. Редактира текст, създаден от изкуствен интелект, като проверява неговата точност, логика, езикова коректност, стилова уместност и достоверност.