

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1164260	Язык текстов рекламы и связей с общественностью

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Реклама и связи с общественностью	Код ОП 1. 42.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Щетинина Анна Викторовна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	языков массовых коммуникаций

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Язык текстов рекламы и связей с общественностью**

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль формирует базовые навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью и литературного редактирования. Сочинение рекламных текстов предполагает знание особенностей рекламной коммуникации, рекламного дискурса, процесса порождения рекламного текста. Модуль изучает содержательные особенности рекламного сообщения с его семиотическими, знаковыми отличиями от текстов других массовых коммуникаций. Студенты знакомятся с разными видами креолизованных текстов, с типами знаков и вариантами их сочетания в рекламном сообщении.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Язык текстов рекламы и связей с общественностью	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Язык текстов рекламы и связей с общественностью	ПК-2 - Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	З-4 - Грамматика, стилистика, фонетика русского языка У-3 - Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте П-2 - Оценка оригинальности идеи нового продукта

		П-3 - Оценка актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности
	ПК-5 - Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	<p>З-1 - Принципы создания и редактирования текстов</p> <p>У-1 - Использовать особенности литературного, делового, научного стилей в письменной речи</p> <p>П-1 - Реализация работы по созданию и редактированию контента</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Язык текстов рекламы и связей с
общественностью

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Щетинина Анна Викторовна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	языков массовых коммуникаций

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 31 от 26.05.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Щетинина Анна Викторовна, Доцент, языков массовых коммуникаций

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1.	Практическая стилистика русского языка. Языковые ресурсы для создания продающих и продвигающих текстов	Язык и стиль средств массовой коммуникации. Языковые приемы экспрессии. Стилистические ресурсы фонетики, словообразования, лексики и фразеологии; стилистические возможности морфологии, синтаксиса. Тропы. Синтаксические фигуры. Роль тропов и синтаксических фигур в построении текстов разных типов и назначений.
2.	Композиционные приемы создания рекламного и PR-текста	Эмоционально-экспрессивная организация текста. Моделирование эмоциогенных ситуаций в тексте. Эффект напряжения, эффект обманутого ожидания, эффект конвергенции. Композиционные приемы экспрессии. Отступление от нейтрального или естественного хода повествование (ретроспекция, проспекция): виды, функции. Ретардация. Контраст. Дробная подача элемента содержания. Повтор содержательного элемента. Подтекст. Экспрессивные зачины и концовки. Смысловая организация текста: тематическое, композиционное, стилистическое единство. Логическая организация текста: соблюдение логических законов, принципы приведения доказательства.

3.	Информативность рекламного и PR-текста	Типы информации в рекламном тексте: концептуальная, фактологическая, подтекстовая. Отбор и анализ фактического материала. Импликатура в рекламном и PR-тексте.
4.	Жанровые разновидности и языковые особенности PR-текстов	PR-медиа-тексты и смежные PR-тексты. Комбинированные PR-тексты. Пресс-релиз. Бэкграундер. Факт-лист. Виды заявлений. Открытое письмо. Поздравление и некролог. Резюме. Маркетинг-кит. Медиа-кит. Анонс. Обзор. Интервью. Байлайнер. Биография. Приглашение. Презентация. Кейс.
5.	Устные и письменные PR-тексты	Основные этапы в порождении высказывания: звено ориентировки, смысловое программирование, этап реализации программы, этап коррекции программы. Требования к речи говорящего. Установка на адресата. Выбор речевой стратегии и тактики создания текста в зависимости от целевой аудитории.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	учебно-исследовательская, научно-исследовательская целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности Игровые технологии (креативные, имитационные, деловые, ролевые и др.)	ПК-5 - Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	П-1 - Реализация работы по созданию и редактированию контента

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Язык текстов рекламы и связей с общественностью

Электронные ресурсы (издания)

1. Сердобинцева, Е. Н.; Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575> (Электронное издание)
2. Ткаченко, Н. В., Дмитриева, Л. М.; Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529> (Электронное издание)
3. , Дмитриева, Л. М.; Социальная реклама : учебное пособие.; Юнити-Дана, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685152> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Пендикова, И. Г., Дмитриева, Л. М.; Архетип и символ в рекламе : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)".; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2008 (6 экз.)
2. Пендикова, И. Г., Дмитриева, Л. М.; Архетип и символ в рекламе : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)".; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2008 (6 экз.)
3. Бердышев, С. Н.; Рекламный текст. Методика составления и оформления; Дашков и К, Москва; 2012 (2 экз.)
4. Назайкин, А. Н.; Практика рекламного текста; Бератор-Пресс, Москва; 2003 (5 экз.)
5. Имшинецкая, И.; Жанры печатной рекламы или сундук с идеями для копирайтера; РИП-холдинг, Москва; 2003 (4 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Международная база цитирований Web of Science – <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus – <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ – <http://elar.urfu.ru/>
4. Справочно-библиографическая система – <http://search.ebscohost.com/>
5. Научная электронная библиотека – <http://elibrary.ru/>
6. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
7. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) – <http://www.nlr.ru/>
8. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского – http://book.uraic.ru/el_library

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Электронная научная библиотека "КиберЛенинка" – cyberleninka.ru
2. справочно-информационные портал "Грамота" – gramota.ru

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Язык текстов рекламы и связей с общественностью

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	ABBYY FineReader 14 Business Concurrent (unlimited) (51-100) Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	ABBYY FineReader 14 Business Concurrent (unlimited) (51-100) Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	ABBYY FineReader 14 Business Concurrent (unlimited) (51-100)

		<p>соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>ABBYY FineReader 14 Business Concurrent (unlimited) (51-100)</p> <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>ABBYY FineReader 14 Business Concurrent (unlimited) (51-100)</p> <p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>