

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современные языковые тенденции в медиатекстах» для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Формирование у студентов третьего курса направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения; ознакомить обучающихся с особенностями функционирования языка масс-медиа; охарактеризовать нормы литературного языка в конкретных каналах коммуникации – языке печати, киноязыке, радио- и телеязыке, языке рекламы, языке компьютерных средств массовой информации; показать наиболее целесообразное использование инварианта и вариантов, привить навыки обоснованного их выбора, содействовать повышению речевой культуры; ознакомить с актуальными и дискуссионными вопросами теории нормы современного литературного языка и проблемами их реализации в языке массмедиа.

Задачи изучения дисциплины:

- продемонстрировать роль масс-медиа в динамике языковых процессов;
- дать понятие о четырех уровнях норм (орфографические; произношения и ударения; грамматические, словоупотребления) и их различных видах (фонетической, лексической, морфологической, синтаксической, пунктуационной, стилистической норме);
- определить области применения нормы в медиаречи различного функционально-стилистического статуса;
- дать характеристику и научить анализировать медиатекст как базовую категорию языка масс-медиа;
- ознакомить с методами изучения текстов массовой информации;
- показать зависимость применения норм литературного языка от лингвоформатных признаков основных типов медиатекстов;
- различные аспекты медиадискурса в контексте межкультурной коммуникации;
- научить понимать лингвистическую природу нарушений нормы в масс-медиа и исправлять их; научить применению полученных теоретических сведений и практических навыков в практической деятельности, в частности, в создании собственных медиатекстов;
- развивать коммуникативные способности студентов;
- способствовать формированию гармоничной личности, свободно владеющей нормами речевой культуры.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1 Обще профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

| Категория (группа) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции |
|---|---|---|
| Продукт профессиональной | ОПК-1 Способен создавать | ИД-1ОПК-1 Выявляет отличительные |

| | | |
|--------------|--|---|
| деятельности | востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ИД-2ОПК-1 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |
|--------------|--|---|

3. Содержание дисциплины

Введение. Понятие о языковой норме, ее типах и видах в литературном языке и языке масс-медиа. Массовая коммуникация как тип дискурса. Редактирование текстов массовой коммуникации.