

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

 Лейфа А.В. Лейфа

6 мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«СОЗДАНИЕ МЕДИАТЕКСТОВ»

Направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Направленность (профиль) образовательной программы – Иностранные языки (английский и китайский)

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Курс 2 Семестр 4

Зачет 4 сем

Общая трудоемкость дисциплины 36.0 (академ. час), 1.00 (з.е)

Составитель А.Г. Сайфулина, ассистент,

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 22.02.18 № 125

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

01.02.2024 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

6 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

6 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Морозова О.Н. Морозова

6 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

6 мая 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

Сформировать представление о специфике медиатекстов (журналистских, рекламных, PR-текстов) и выработать навыки их создания.

Задачи дисциплины:

1. Сформировать представление о специфике медиатекстов в журналистской, рекламной сферах и в связях с общественностью.
2. Сформировать первичные навыки создания медиатекстов.

2. МЕСТО УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Программа дисциплины «Создание медиатекстов» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавров. Дисциплина «Создание медиатекстов» относится к блоку факультативных дисциплин. Курс рассчитан на широкую аудиторию слушателей.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1 Дополнительные профессиональные компетенции

| Код и наименование дополнительной профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения дополнительной профессиональной компетенции |
|--|--|
| ДПК 1 – Способность решать личностные задачи в процессе реализации индивидуальной образовательной траектории | ИД1 ДПК-1 Знать стратегии достижения личностных целей в процессе реализации индивидуальной образовательной траектории. ИД2 ДПК-1 Уметь оценивать свои потребности, возможности, способности, перспективы, интересы, усилия в решении личностных задач с целью формирования индивидуальной образовательной траектории. ИД3 ДПК-1 Владеть методами решения личностных задач в процессе реализации индивидуальной образовательной траектории. |

4. СТРУКТУРА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Общая трудоемкость учебного предмета составляет 1.00 зачетных единицы, 36.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) учебного предмета, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

| 1 | 2 | 3 | 4 | | | | | | | | | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|---------------------------------|
| | | | 4.1 | 4.2 | 4.3 | 4.4 | 4.5 | 4.6 | 4.7 | 4.8 | 4.9 | | | |
| 1 | Понятие медиатекста. Сферы функционирования | 4 | | | 2 | | | | | | | | 2 | Выполнение заданий онлайн-курса |
| 2 | Специфика журналистских текстов | 4 | | | 4 | | | | | | | | 4 | Выполнение заданий онлайн-курса |
| 3 | Специфика PR-текстов | 4 | | | 4 | | | | | | | | 4 | Выполнение заданий онлайн-курса |
| 4 | Специфика рекламных текстов | 4 | | | 4 | | | | | | | | 4 | Выполнение заданий онлайн-курса |
| 5 | Итоговое занятие. Презентация авторских текстов | 4 | | | 2 | | | | | | | | 4 | Проверка творческого задания |
| 6 | Зачет | 4 | | | | | | | | 0.2 | | | 1.8 | Опрос на зачете / тестирование |
| | Итого | | | 0.0 | 16.0 | | 0.0 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 0.0 | 19.8 | | |

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

5.1. Практические занятия

| Наименование темы | Содержание темы |
|---|---|
| Понятие медиатекста. Сферы функционирования | Понятие медиатекста, контент. Специфика журналистской, рекламной и PR-деятельности. Копирайтинг и рерайтинг. |
| Специфика журналистских текстов | Специфика журналистской информации. Закон о СМИ. Факт как основа журналистского материала. Суждение, фактоид, фейк. Структура журналистского текста. Заголовочный комплекс. Виды заголовков. Роль подзаголовков. Лид: общая характеристика, виды. Основная часть. Окончание текста. Другие структурные элементы. Основные журналистские жанры. Их классификация: информационные, аналитические и художественно- |

| | |
|---|---|
| | публицистические жанры. Заметка как жанр журналистики. Структура заметки. Виды. |
| Специфика PR-текстов | PR- текст, многообразие определений. Основные группы жанров: оперативно- новостные, исследовательско- новостные, образно- новостные, фактологические, исследовательские, Комбинированные PR- тексты как совокупность простых первичных текстов, объединенных общей тематикой (новостным поводом). Специфика корпоративных изданий, пресс- кита и информационного пакета, листовок, представительской полиграфии (буклеты, проспекты, брошюры). Интернет- тексты в PR-коммуникации. Пресс-релиз как основной жанр PR. |
| Специфика рекламных текстов | Рекламный текст. Структура рекламного текста: заголовок, подзаголовок, основной текст, подписи и комментарии, рекламный лозунг (слоган). Основные принципы создания рекламного текста. Способы рекламирования. Текстовые, выразительные и оформительские элементы рекламного обращения. Основные вербальные составляющие рекламного текста: слоган, заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза. Техники копирайтинга. Психолингвистические приёмы в рекламе. |
| Итоговое занятие. Презентация авторских текстов | Представление творческой работы (журналистского, рекламного и PR-текста). |

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

| № п/п | Наименование темы (раздела) | Содержание темы (раздела) | Трудоемкость в академических часах |
|-------|---|--|------------------------------------|
| 1 | Понятие медиатекста. Сферы функционирования | Изучение темы, подготовка к опросу. | 2 |
| 2 | Специфика журналистских текстов | Изучение темы, подготовка к опросу. | 4 |
| 3 | Специфика PR-текстов | Изучение темы, подготовка к опросу. | 4 |
| 4 | Специфика рекламных текстов | Изучение темы, подготовка к опросу. | 4 |
| 5 | Итоговое занятие. Презентация авторских текстов | Создание авторских текстов. Подготовка к их презентации. | 4 |
| 6 | Зачет | Подготовка к зачету. | 1.8 |

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе обучения по данной дисциплине используются в учебном процессе активные и интерактивные формы проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Интерактивные формы – творческая работа с презентацией.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вопросы к зачету

Зачет может проходить в форме опроса или тестирования.

Специфика журналистских текстов

1. Специфика текста в журналистике. Факт как основа журналистского материала. Фактоид. Суждение. Фейк.
2. Структура журналистского текста. Заголовочный комплекс. Виды заголовков. Роль подзаголовков. Лид: общая характеристика, виды.
3. Жанр в журналистике: общее понятие, жанрообразующие критерии (факторы). Классификация жанров.
4. Информационная группа жанров. Общая характеристика.
5. Заметка как информационный жанр. Структура. Виды заметки.
6. Общая характеристика аналитической группы жанров.
7. Художественно-публицистическая группа жанров. Общая характеристика.

Специфика PR-текстов

1. PR-текст, многообразие определений. Основные группы жанров.
2. Контролируемые организацией PR- материалы для внешней аудитории. Характеристика жанров письма, информационного релиза, приглашения.
3. Контролируемые организацией PR- материалы для внешней аудитории. Характеристика жанров проспекта, буклета, брошюры.
4. Контролируемые организацией PR- материалы для внешней аудитории. Характеристика жанров листовки, заявки, предложения, текста речи для выступления.
5. Контролируемые организацией PR- материалы, предназначенные для внутренней аудитории. Характеристика жанров отчета, информационного листка.
6. Контролируемые организацией PR- материалы для внешней аудитории. Характеристика жанров ньюслеттера, бюллетеня.
7. Неконтролируемые PR-материалы, предназначенные для СМИ.
8. Оперативная передача новой, актуальной для субъекта PR информации. Жанр пресс-релиза.
9. Исследовательско-новостные жанры. Характеристика жанров бэкграундера, листа вопросов-ответов, аналитической справки.
10. Фактологические жанры. Факт-лист и биография.
11. Исследовательские жанры. Заявление для СМИ и открытое письмо.
12. Образно-новостные жанры. Байлайнер, поздравление, письмо.
13. PR- медиатексты. Основные жанры PR- медиатекстов: имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори.
14. Комбинированные PR- тексты. пресс- кит, информационный пакет, листовка, представительская полиграфия (буклет, проспект, брошюра).
15. Интернет-тексты в PR-коммуникации

Специфика рекламных текстов

1. Рекламное обращение, его функции. Текстовые, выразительные и оформительские элементы рекламного обращения.
2. Основные вербальные составляющие рекламного текста: слоган, заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза.
3. Слоган как рекламная константа. Виды и функции слогана.
4. Заголовочный комплекс и его компоненты.
5. Заголовок как суть рекламного обращения (реклама рекламы). Функции заголовка. Виды заголовков (прямые и косвенные).
6. Требования к заголовку (содержательность, краткость, запоминаемость и др.). Техники создания заголовков.

7. Эхо-фраза. Её функции. Варианты эхо-фразы.
8. Понятие основного рекламного текста. Цели и задачи, реализуемые рекламным текстом.
9. Требования к рекламному тексту. Классификации рекламных текстов по различным основаниям.
10. Фонетические особенности рекламного текста.
11. Художественно-выразительные особенности рекламного текста.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

а) литература

1. SEO- копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.]. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-9729-0210-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78250.html> (дата обращения: 21.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542211> (дата обращения: 21.02.2024).
3. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544084> (дата обращения: 21.02.2024).
4. Моделирование медиатекста : монография / В. В. Богуславская, И. В. Ерофеева, А. Н. Тепляшина, Ю. В. Толстокулакова ; под редакцией И. В. Ерофеевой. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 180 с. — ISBN 978-5-4497-0256-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/88597.html> (дата обращения: 21.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/88597>
5. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16844-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531879> (дата обращения: 21.02.2024).
6. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540343> (дата обращения: 21.02.2024).

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

| № | Наименование | Описание |
|---|--|---|
| 1 | LibreOffice | Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/ |
| 2 | Электронно-библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru | Электронно- библиотечная система IPRbooks — научно- образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную |

| | | |
|---|--|--|
| | | литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. ЭБС IPRbooks в полном объеме соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования |
| 3 | ЭБС ЮРАЙТ https://urait.ru | Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов. |

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

| № | Наименование | Описание |
|---|---|--|
| 1 | https://minobrnauki.gov.ru/ | Министерство науки и высшего образования Российской Федерации |
| 2 | http://fgosvo.ru/ | Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. |
| 3 | http://window.edu.ru | Единое окно доступа к образовательным ресурсам |
| 4 | https://elibrary.ru/ | Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования |
| 5 | http://www.philology.ru/ | Philology.ru. Филологический портал. Содержит систематизированную информацию, по теоретической и прикладной науке. Центральным разделом портала является библиотека филологических текстов (монографий, статей, методических пособий). |

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Организация располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.