

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

« 1 » сентября 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«СОЗДАНИЕ МЕДИАТЕКСТОВ»

Направление подготовки 37.03.01 Психология

Направленность (профиль) образовательной программы – Консультативная психология

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2022

Форма обучения – Очная

Курс 2 Семестр 4

Зачет 4 сем

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

Составитель Т.В. Удалова, старший преподаватель,

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 37.03.01 Психология утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29.07.2020 № 839

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

01.09.2022 г. , протокол № 1

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Лейфа А.В. Лейфа

« 1 » сентября 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 1 » сентября 2022 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 ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

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 он рассчитан на широкую аудиторию слушателей.

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

3.1 Дополнительные профессиональные компетенции

Код и наименования 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 ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1.00 зачетных единицы, 36.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) дисциплины, 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	Опрос
2	Специфика журналистских текстов	4			4								4	Опрос
3	Специфика PR-текстов	4			4								4	Опрос
4	Специфика рекламных текстов	4			4								4	Опрос
5	Итоговое занятие. Презентация авторских текстов	4			2								4	Проверка творческого задания
6	Зачет	4								0.2			1.8	Опрос на зачете
Итого			0.0		16.0	0.0		0.0	0.2	0.0	0.0	19.8		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Понятие медиатекста. Сферы функционирования	Медиафера. Специфика журналистской, рекламной и PR- деятельности. Копирайтинг и рерайтинг. Тексты в медиафере, особенности их функционирования. Ориентация на целевую аудиторию.
Специфика журналистских текстов	Специфика текста в журналистике. Факт как основа журналистского материала. Фактоид. Информационный повод для написания журналистского материала. Источники информации. Структура журналистского текста. Заголовочный комплекс. Виды заголовков. Роль подзаголовков. Лид: общая характеристика, виды. Основные журналистские жанры. Их классификация: информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры.
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-информационного пакета, представительской полиграфии (буклеты, проспекты, брошюры). Интернет-тексты в PR-коммуникации.
Специфика рекламных текстов	Рекламное обращение, его функции. 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

Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости находятся в фонде оценочных средств по дисциплине «Создание медиатекстов»

Вопросы к зачету

Специфика журналистских текстов

1. Специфика текста в журналистике. Факт как основа журналистского материала. Фактоид.
2. Информационный повод для написания журналистского материала: общая характеристика, виды. Источники информации.
3. Структура журналистского текста. Заголовочный комплекс. Виды заголовков. Роль подзаголовков. Лид: общая характеристика, виды.

4. Жанр в журналистике: общее понятие, жанрообразующие критерии (факторы), соотношение форма-содержание материала. Классификация жанров.
 5. Информационная группа жанров. Заметка как информационный жанр. Структура. Принцип отбора фактов для заметки. Виды заметки. Языковые и стилевые особенности.
 6. Интервью как информационный жанр. Интервью и смежные жанры. Виды интервью. Типы вопросов в интервью.
 7. Репортаж как информационный жанр. Признаки, правила репортажа. Эффект присутствия, эффект соучастия. Виды репортажа. Языковые и стилевые особенности.
 8. Общая характеристика аналитической группы жанров. Основные методы изучения действительности и работы с информацией при подготовке аналитических публикаций.
 9. Отчет. Основные признаки жанра. Отчет информационный и аналитический. Языковые и стилевые особенности.
 10. Корреспонденция. Основные признаки жанра. Языковые и стилевые особенности
 11. Комментарий как журналистский жанр и как метод. Основные признаки жанра. Методика работы над комментарием. Языковые и стилевые особенности.
 12. Рецензия. Основные признаки жанра. Рецензия: типологические группы (классификация по нескольким основаниям). Методика работы над рецензией.
 13. Статья. Виды статей. Основные признаки жанра. Языковые и стилевые особенности.
 14. Журналистское расследование. Основные признаки жанра. Методика работы над публикацией.
 15. Обзор. Основные признаки жанра. Структура. Языковые и стилевые особенности.
 16. Обзор печати. Основные признаки жанра. Методика работы над публикацией. журналиста.
 17. В жанре Кассандры. Прогноз. Гипотеза. Версия. Общая характеристика жанров. Проблема соотношения факта, домысла и вымысла.
 18. Письмо. Виды писем. Общая характеристика жанра.
 19. Художественно- публицистическая группа жанров. Специфика работы журналиста. Образ автора в художественно-публицистических жанрах.
 20. Очерк: жанровые признаки, виды. Особенности композиции. Языковые и стилевые особенности. Зарисовка как малая форма очерка, виды зарисовок.
 21. Эссе. Виды. Особенности композиции. Сатирические жанры журналистики: общая характеристика. Фельетон, памфлет. Малые сатирические жанры: 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. Контролируемые организацией PR- материалы для внешней аудитории. Характеристика жанров медиа-плана, медиа-карты, пресс-дайджеста.
 8. Неконтролируемые PR-материалы, предназначенные для СМИ.
 9. Оперативная передача новой, актуальной для субъекта PR информации. Жанры пресс-релиза, интернет-релиза, социомедиарелиза.
 10. Оперативная передача новой, актуальной для субъекта PR информации. Жанры

информационного письма, приглашения.

11. Исследовательско-новостные жанры. Характеристика жанров бэкграундера, листа вопросов-ответов, аналитической справки.
12. Фактологические жанры. Факт-лист и биография.
13. Исследовательские жанры. Заявление для СМИ и открытое письмо.
14. Образно-новостные жанры. Байлайнер, поздравление, письмо.
15. PR- медиатексты. Основные жанры PR- медиатекстов: имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори.
16. Комбинированные PR-тексты. Корпоративные издания.
17. Комбинированные PR- тексты. пресс- кит, информационный пакет, листовка, представительская полиграфия (буклет, проспект, брошюра).
18. 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. Рекламное имя как коммуникативное средство между производителем и потребителем. Понятие нейминга.
4. Критерии создания рекламного имени: лингвистические (фонетические, звукосемантические, лексикографические); содержательные (лексические, семантические, ассоциативные); юридические.
5. Технологии создания рекламных имён.
6. Слоган как рекламная константа. Виды и функции слогана.
7. Маркетинговая и художественная ценность слогана. Требования к созданию рекламного девиза.
8. Художественные приёмы русской слоганистики (фонетические, лексические, грамматические).
9. Заголовочный комплекс и его компоненты: заголовок (хедлайн), надзаголовок, подзаголовок.
10. Заголовок как суть рекламного обращения (реклама рекламы). Функции заголовка. Виды заголовков (прямые и косвенные).
11. Требования к заголовку (содержательность, краткость, запоминаемость и др.). Техники создания заголовков.
12. Эхо-фраза. Её функции. Варианты эхо-фразы.
13. Понятие основного рекламного текста. Цели и задачи, реализуемые рекламным текстом.
14. Требования к рекламному тексту. Классификации рекламных текстов по различным основаниям.
15. Аргументация в рекламном обращении. Понятие аргумента как доказательства рекламного тезиса. Классификации рекламных аргументов.
16. Копирайтинг как процесс создания текстов. Отличие от рерайтинга. Профессия копирайтера.
17. Основные этапы работы над текстом.
18. Техники копирайтинга.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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>
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, 2022. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/495400>

3. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/496801>

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: 24.05.2022). — 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, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/492732>

6. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/493601>

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Операционная система MS Windows 7 Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
2	Операционная система MS Windows 10 Education, Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 30 июня 2019 года.
3	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
4	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 ДИСЦИПЛИНЫ

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.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер, экран, – и учебно-наглядные пособия (видеоролики с примерами ситуаций, демонстрационные тексты).

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах.

Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.