

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 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«СОЗДАНИЕ МЕДИАТЕКСТОВ»

Специальность 24.05.01 Проектирование, производство и эксплуатация ракет и ракетно-космических комплексов

Специализация образовательной программы – Эксплуатация стартовых и технических комплексов и систем жизнеобеспечения

Квалификация выпускника – Инженер

Год набора – 2023

Форма обучения – Очная

Курс 3 Семестр 6

Зачет 6 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 специальности 24.05.01 Проектирование, производство и эксплуатация ракет и ракетно-космических комплексов, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.20 № 964

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

01.09.2023 г. , протокол № 1

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Соловьев В.В. Соловьев

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Годосейчук А.А. Годосейчук

« 1 » сентября 2023 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:

* Сформировать представление о специфике медиатекстов в журналистской, рекламной сферах и в связях с общественностью.

* 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 специалистов.

Дисциплина «Создание медиатекстов» относится к блоку факультативных дисциплин. Курс рассчитан на широкую аудиторию слушателей.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 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 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	6			2								2	Опрос
2	Специфика журналистских текстов	6			4								4	Опрос
3	Специфика PR-текстов	6			4								4	Опрос
4	Специфика рекламных текстов	6			4								4	Опрос
5	Итоговое занятие. Презентация авторских текстов	6			2								4	Проверка творческого задания
6	Зачет	6								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, пресскита и информационного пакета, листовки, 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

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.

17. журналиста.

18. В жанре Кассандры. Прогноз. Гипотеза. Версия. Общая характеристика жанров. Проблема соотношения факта, домысла и вымысла.

19. Письмо. Виды писем. Общая характеристика жанра.

20. Художественно-публицистическая группа жанров. Специфика работы журналиста. Образ автора в художественно-публицистических жанрах.

21. Очерк: жанровые признаки, виды. Особенности композиции. Языковые и стилевые особенности. Зарисовка как малая форма очерка, виды зарисовок.

22. 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.

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> (дата обращения: 16.02.2023). — 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, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/517871> (дата обращения: 16.02.2023).

3. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519840> (дата обращения: 16.02.2023).

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: 16.02.2023). — 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> (дата обращения: 16.02.2023).

6. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 341 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06108-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515821> (дата обращения: 16.02.2023).

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 https://www.mozilla.org/en-US/MPL/
2	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
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	Электронно-библиотечная система 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	https://elibrary.ru/	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования
4	http://www.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 среда 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.