

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

2 мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
«СОЗДАНИЕ МЕДИАТЕКСТОВ»

Направление подготовки 37.03.01 Психология

Направленность (профиль) образовательной программы – Консультативная психология

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 К.О. Ханмамедова, ассистент,

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 29.07.20 № 839

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

2 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Лейфа А.В. Лейфа

2 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

2 мая 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и  
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

2 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 ДИСЦИПЛИНЫ 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 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	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 ДИСЦИПЛИНЫ

### 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 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: 26.02.2024). — 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://www.urait.ru/bcode/542211> (дата обращения: 26.02.2024).
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: 26.02.2024).
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: 26.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/88597>
5. 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: 26.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/88597>
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://www.urait.ru/bcode/540343> (дата обращения: 26.02.2024).

### б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <a href="https://ru.libreoffice.org/about-us/license/">https://ru.libreoffice.org/about-us/license/</a>

2	Электронно-библиотечная система IPRbooks  <a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>	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 <a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a>	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	<a href="https://minobrnauki.gov.ru/">https://minobrnauki.gov.ru/</a>	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
2	<a href="http://fgosvo.ru/">http://fgosvo.ru/</a>	Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.
3	<a href="http://window.edu.ru">http://window.edu.ru</a>	Единое окно доступа к образовательным ресурсам
4	<a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - российский информационно- аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования
5	<a href="http://www.philology.ru/">http://www.philology.ru/</a>	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.