

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

18 апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
«СОЗДАНИЕ МЕДИАТЕКСТОВ»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) образовательной программы – Управление логистикой  
организации

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очно-заочная

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 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.20 № 970

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

18 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

18 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Васильева А.В. Васильева

18 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и  
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

18 апреля 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 понятии «медиатекст».
2. Сформировать представление о характере и особенностях распространения медиатекстов в разных сферах массовой информации.
3. 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	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.

	<p>Основные журналистские жанры. Их классификация: информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры.</p> <p>Заметка как жанр журналистики. Структура заметки. Виды.</p>
<p>Специфика PR-текстов</p>	<p>PR- текст, многообразие определений. Основные группы жанров: оперативно- новостные, исследовательско- новостные, образно- новостные, фактологические, исследовательские,</p> <p>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.</p> <p>Пресс-релиз как основной жанр PR.</p>
<p>Специфика рекламных текстов</p>	<p>Рекламный текст. Структура рекламного текста: заголовок, подзаголовок, основной текст, подписи и комментарии, рекламный лозунг (слоган). Основные принципы создания рекламного текста. Способы рекламирования.</p> <p>Текстовые, выразительные и оформительские элементы рекламного обращения. Основные вербальные составляющие рекламного текста: слоган, заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза.</p> <p>Техники копирайтинга. Психолингвистические приёмы в рекламе.</p>
<p>Итоговое занятие. Презентация авторских текстов</p>	<p>Представление творческой работы (журналистского, рекламного и PR-текста).</p>

## 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 <a href="https://ru.libreoffice.org/about-us/license/">https://ru.libreoffice.org/about-us/license/</a>
2	Электронно-библиотечная система IPRbooks	Электронно- библиотечная система IPRbooks — научно- образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная

	<a href="http://www.iprbookshop.ru">http://www.iprbookshop.ru</a>	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 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.