

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры политологии  
и связей с общественностью  
протокол от 08 июня 2022 г. № 10

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

Согласовано:  
Председатель УМК  
факультета философии и социологии

 /Р.Н. Хайруллин

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**


Дисциплина «Современный медиатекст: теория и практика»

Часть, формируемая участниками образовательных отношений  
программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки  
Коммуникационный менеджмент

Квалификация  
бакалавр

Разработчик (составитель) доцент, канд. филол. наук	 /Силиванец А.В.
--	---

Для приема: 2022 г.

Уфа 2022

Составитель: Силиванец Ангелина Владимировна

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии и связей с общественностью, протокол № 10 от 08 июня 2022 г.

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

## Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	8
4.3. Рейтинг-план дисциплины	9
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	22
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Умеет осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
	ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-6. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-6.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
	ПК-6.3. Создает основы	Умеет создавать основу

	сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
	ПК-6.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде	Владеет навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде

## **2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Современный медиатекст: теория и практика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Курс нацелен на овладение системными знаниями по созданию текстов, используемых в медиасфере, что позволит специалисту эффективно осуществлять профессиональную деятельность. Курс нацелен на формирование и развитие у будущего специалиста – участника профессионального общения комплексной коммуникативной компетенции на русском языке, представляющей собой совокупность знаний, умений, способностей, инициатив личности, необходимых для установления межличностного контакта в социально-культурной, профессиональной (учебной, научной, производственной и др.) сферах и ситуациях человеческой деятельности.

## **2. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: ПК-3. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

Код и наименована индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		(«Незачтено»)	(«Зачтено»)
ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Умеет осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Не сформированы умения осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Сформированы на высоком уровне умения осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта
ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Отсутствуют навыки контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Сформированы на высоком уровне навыки контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала

Код и формулировка компетенции: ПК-6. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Код и наименована индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения	
		(«Незачтено»)	(«Зачтено»)
ПК-6.1 Создает тексты рекламы и связей с	Умеет создавать тексты рекламы и связей с	Не сформированы умения создавать тексты рекламы и	Сформированы на высоком уровне умения создавать

общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Отсутствуют навыки создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Сформированы на высоком уровне навыки создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Умеет создавать основу сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Отсутствуют навыки создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Сформированы на высоком уровне навыки создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
ПК-6.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде	Владеет навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде	Отсутствуют навыки применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде	Сформированы на высоком уровне навыки применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК-3.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Умеет осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Выступление по теме практического занятия. Тестирование
ПК-3.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Владеет навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Выступление по теме практического занятия. Тестирование
ПК-6.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Выступление по теме практического занятия. Тестирование
ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Выступление по теме практического занятия. Тестирование
ПК-6.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Умеет создавать основу сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	Выступление по теме практического занятия. Тестирование
ПК-6.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде	Владеет навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн- и онлайн-среде	Выступление по теме практического занятия. Тестирование

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за



виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для зачета: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

для зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),

не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

### Рейтинг-план дисциплины «Современный медиатекст: теория и практика»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Курс 4, семестр 7

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1. Медиатекст в современном мире</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
<b>Рубежный контроль</b>				
Тестирование		1	0	25
<b>Модуль 2. Журналистский медиатекст</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
<b>Рубежный контроль</b>				
Тестирование		1	0	25
<b>Поощрительные баллы</b>				
Публикация статей			0	10
<b>Посещаемость</b>				
Посещение лекционных занятий			0	-6
Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
<b>Итоговый контроль</b>				
Зачет				

## Методика оценивания зачета

Оценка «зачтено» – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов), выставляется студенту, если он дал полные, развернутые ответы по теоретическим вопросам на зачет, продемонстрировал умение использовать терминологический аппарат по дисциплине, умение применять на практике теоретические знания, полученные в результате освоения дисциплины. Студент смог ответить на дополнительные вопросы и умеет аргументировано отстаивать свою точку зрения.

Оценка «не зачтено» – от 0 до 59 рейтинговых баллов, выставляется студенту, если он не владеет теоретическими аспектами рассматриваемых вопросов, не использует терминологический аппарат для аргументированного и полного ответа по вопросу. Не смог ответить на дополнительные вопросы. Не умеет применять полученные знания на практике.

### *Примерные вопросы к зачету*

1. Медиатекст как объект медиалингвистики. Понятие «медиатекст». Основные категории медиатекста. Типология медиатекстов
2. Медиатекст в функционально-прагматическом аспекте. Специфика автора и адресата
3. Медиатекст и закономерности текстообразования
4. Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.
5. Формы и функции интертекстуальных знаков в медиатексте
6. Методы изучения медиатекстов
7. PR-текст как разновидность медиатекста. Сущности PR и понятия «PR-текст». Специфика PR-текста как разновидности медиатекста
8. PR-публикации в системе медиатекстов. Типология PR-текстов. Технология создания PR-текста
9. Контролируемые организацией письменные материалы для внешней аудитории: письмо, приглашение, буклет, проспект, брошюра, листовка, заявка и предложение, текст речей и выступлений
10. Контролируемые организацией письменные материалы для внутренней аудитории: отчет, информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень медиа-план, медиа-карта, пресс-дайджест
11. Неконтролируемые организацией письменные материалы: пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист, биографическая справка, письмо в редакцию, заявление для СМИ, статья. Пресс-кит
12. Рекламный текст как разновидность медиатекста. Лингвистические особенности рекламного текста. Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы
13. Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика
14. Редакторское чтение рекламного текста. Редактирование текстов с нарушениями правовых, моральных, этических норм
15. Редакторское чтение рекламного текста. Редактирование текстов с нарушениями маркетинговых требований
16. Редакторское чтение рекламного текста. Редактирование текстов с нарушениями норм литературной формы
17. Журналистский медиатекст. Специфика текста в журналистике. Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды
18. Медиатекст печатных СМИ: жанрово-стилистический аспект. Введение в теорию жанров периодической печати
19. Интервью. Репортаж.
20. Статья. Фельетон. Очерк
21. Жанровая специфика телевизионного текста. Телевизионная картина мира.
22. Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста

23. Особенности телекоммуникации. Модель телевизионной коммуникации. Специфика телевизионного общения. Стратегии и тактики телевизионной речи
24. Специфика телевизионных средств выразительности. Изобразительно-выразительные средства телевидения.
25. Речевые особенности телевизионного текста
26. Специфика и правила построения телевизионной речи
27. Жанры телевизионного текста. Жанровая специфика телетекста
28. Жанровая специфика радиийного текста. Особенности радиокommunikации. Специфика радиийных средств выразительности. Основные принципы, виды и функции монтажа
29. Выразительные средства радиоречи. Речевые особенности радиийного текста
30. Специфика и правила построения радиийного текста\
31. Жанры радиийного текста. Жанровая специфика радио.
32. Особенности радиийного репортажа
33. Специфика Web-медиатекста. Медиатекст в системе интернет-коммуникаций. Интернет: понятие, основные сервисы.
34. Проблема статуса интернет-СМИ. Определение, специфические свойства интернет-СМИ. Факторы, определяющие специфику веб-медиатекста. Типология интернет-СМИ
35. Специфика гипертекстовой медиапубликации. Контент сайта
36. Электронный гипертекст как особый тип текста. Гиперссылки: виды и принципы работы.
37. Требования к интернет-публикациям.
38. Жанровые особенности веб-медиатекста. Интернет-новость. Интернет-журнал

### **Вопросы к практическим занятиям**

#### Модуль 1. Медиатекст в современном мире

#### Тема 1. Медиатекст как объект медиалингвистики

- Понятие «медиатекст». Основные категории медиатекста
- Типология медиатекстов
- Медиатекст в функционально-прагматическом аспекте. Специфика автора и адресата
- Медиатекст и закономерности текстообразования
- Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста.
- Формы и функции интертекстуальных знаков в медиатексте
- Методы изучения медиатекстов

#### Тема 2. PR-текст как разновидность медиатекста

- Сущности PR и понятия «PR-текст»
- Специфика PR-текста как разновидности медиатекста
- PR-публикации в системе медиатекстов
- Типология PR-текстов
- Технология создания PR-текста

#### Тема 3. Контролируемые организацией письменные материалы

- Письмо
- Информационный релиз
- Приглашение
- Буклет, проспект
- Брошюра
- Листовка
- Заявка и предложение

Текст речей и выступлений  
Отчет  
Информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень  
Медиа-план  
Медиа-карта  
Пресс-дайджест

Тема 4. Неконтролируемые организацией письменные материалы

Пресс-релиз  
Бэкграундер  
Факт-лист  
Биографическая справка  
Письмо в редакцию  
Заявление для СМИ  
Статья  
Пресс-кит

Тема 5. Рекламный текст как разновидность медиатекста

Лингвистические особенности рекламного текста  
Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы  
Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика  
Редакторское чтение рекламного текста  
Редактирование текстов с нарушениями правовых, моральных, этических норм  
Редактирование текстов с нарушениями маркетинговых требований  
Редактирование текстов с нарушениями норм литературной формы

Модуль 2. Журналистский медиатекст

Тема 6. Медиатекст печатных СМИ: жанрово-стилистический аспект

Введение в теорию жанров периодической печати  
Специфика текста в журналистике  
Структура журналистского текста и принцип перевернутой пирамиды  
Интервью  
Репортаж  
Статья  
Фельетон  
Очерк

Тема 7. Жанровая специфика телевизионного текста

Телевизионная картина мира. Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста  
Особенности телекоммуникации  
Модель телевизионной коммуникации. Специфика телевизионного общения.  
Стратегии и тактики телевизионной речи  
Специфика телевизионных средств выразительности  
Изобразительно-выразительные средства телевидения  
Речевые особенности телевизионного текста  
Специфика и правила построения телевизионной речи  
Жанры телевизионного текста  
Жанровая специфика телетекста

Тема 8. Жанровая специфика радионного текста

Особенности радиокommunikации  
Специфика радиальных средств выразительности  
Основные принципы, виды и функции монтажа  
Выразительные средства радиоречи  
Речевые особенности радиального текста  
Специфика и правила построения радиального текста  
Жанры радиального текста  
Жанровая специфика радио  
Особенности радиального репортажа

#### Тема 9. Специфика Web-медиатекста

Медиатекст в системе интернет-коммуникаций  
Интернет: понятие, основные сервисы  
Проблема статуса интернет-СМИ  
Определение, специфические свойства интернет-СМИ  
Типология интернет-СМИ  
Специфика гипертекстовой медиапубликации  
Контент сайта  
Электронный гипертекст как особый тип текста. Гиперссылки: виды и принципы работы  
Факторы, определяющие специфику веб-медиатекста  
Требования к интернет-публикациям  
Жанровые особенности веб-медиатекста  
Интернет-новость  
Интернет-журнал

#### **Критерии оценки (в баллах):**

- 15 баллов выставляется студенту, если принимает активное участие в обсуждении темы, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет формулировать и отстаивать свою точку зрения;
- 10 баллов выставляется студенту, если принимает участие в обсуждении темы, хорошо отвечает на вопросы;
- 5 баллов выставляется студенту, если хорошо отвечает на вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не готов к занятию.

#### **Тренировочные задания**

1. Составить пресс-релиз анонс, бэкграундер, факт-лист по информационному поводу проведение 12 Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы коммуникации: теория и практика».
2. Подготовить креолизованные тексты для представления на занятии.
3. Проанализировать сайт какой-либо организации для представления на занятии.

#### **Примерные тесты по дисциплине**

1. Медиатекст принадлежит:  
а) сфере СМИ; б) сфере книгоиздательской деятельности.
2. Медиатекст можно рассматривать как фрагмент медиапотока:  
а) да, б) нет.
3. К особенностям (свойствам) медиатекста не относится:  
а) корпоративный характер производства,

- б) идеологический плюрализм,
- в) динамический характер,
- г) специфика средств создания,
- д) обязательная художественно-эстетическая нагрузка,
- д) многоплановость, многомерность.

### **Критерии оценки в баллах:**

В качестве рубежного контроля проводится тестирование, в котором представлено 25 вопросов. Тестирование проводится на 1 и 2 рубежном контроле.

- 25 баллов выставляется студенту, если более 19 верных ответов из возможных 25;
- 15 баллов выставляется студенту, если от 15 до 18 верных ответов;
- 10 баллов выставляется студенту, если от 10 до 14 верных ответов;
- 5 баллов выставляется студенту, если от 5 до 9 верных ответов;
- 0 баллов выставляется студенту, если верных ответов менее 5.

## **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru>.

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **Основная литература:**

1. [Сердобинцева, Елена Николаевна](#). Структура и язык рекламных текстов : учеб. пособие / Е. Н. Сердобинцева. — Изд. 3-е, стер. — Москва : Флинта : Наука, 2015. — 159 с.
2. [Ильясова, Светлана Васильевна](#). Язык СМИ и рекламы : игра как норма и как аномалия : монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — 3-е изд., стереотип. — Москва : Флинта : Наука, 2018. — 326 с.
3. [Киселёв, Александр Георгиевич](#). Теория и практика массовой информации : учебник / А. Г. Киселёв. — М. : Кнорус, 2009. — 432 с.

#### **Дополнительная литература:**

4. [Ворошилов, Валентин Васильевич](#). Журналистика : учебник / В. В. Ворошилов. — 3-е изд. — СПб : Изд. Михайлова В.А., 2001. — 447 с.
5. [Коханова, Л. А.](#) Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : учебник / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. — М. : Юнити- Дана, 2015. — 383 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". — ISBN 978-5-7567-0542-3. — <URL:[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=436712&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436712&sr=1)>.
6. Мультимедийная журналистика [Электронный ресурс] : учебник для вузов / А. Г. Качкаева [и др.] ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. — 417 с. : схем. — (Учебники Высшей школы экономики). — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". — ISBN 978-5-7598-1189-3 (в пер.) . — <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761>>.

### **5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины**

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г.
3. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»

<http://gramota.ru/>

<http://www.slovari.ru/>

<https://dic.academic.ru>

<http://pr.web-3.ru>

<http://orthographia.ru/>

<http://www.e-xecutive.ru>

<http://www.piar.ru>

<http://pr-info.ru>

<http://pr-life.ru>

<http://www.raso.ru>

<http://www.soob.ru>

<http://www.rwr.ru>

<http://studlib.com/>

<https://vnaumov.timepad.ru>

<https://prexplore.ru>

#### 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Лекции	<b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска.
<i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).	Практические занятия	<b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска.
<i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i>	Индивидуальные и групповые консультации,	<b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска.

<p>аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p><b>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	<p>промежуточная аттестация.</p>	<p><b>Аудитория № 316</b> Учебная мебель, доска. <b>Учебная аудитория 421</b> <b>Лаборатория ИТ</b> Учебная мебель, доска, компьютер (системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)\8Gb HDD 1 Tb\DVD-RW\450W\ Win 10 pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук). ПО: 1. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор №004 от 19.03.2019 г. 2. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г. 3. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г. 4. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.</p>
<p><b>помещения для самостоятельной работы:</b> читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p><b>Читальный зал №5</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Современный медиатекст: теория и практика» на 7 семестр  
очной формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

Практические занятия: доцент, канд. филол. наук Силиванец Ангелина Владимировна

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины Очная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	108/3
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	54,2
лекционных	18
практических	36
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	53,8

Форма контроля:

Зачет 7 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Модуль 1. Медиатекст в современном мире</b>								
1.	<i>Тема 1. Медиатекст как объект медиалингвистики</i> Понятие «медиатекст». Основные категории медиатекста Типология медиатекстов Медиатекст в функционально-прагматическом аспекте.	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2.	<i>Тема 2. PR-текст как разновидность медиатекста</i> Сущности PR и понятия «PR-текст» Специфика PR-текста как разновидности медиатекста PR-публикации в системе медиатекстов Типология PR-текстов Технология создания PR-текста	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
3.	<i>Тема 3. Контролируемые организацией письменные материалы. Письмо.</i> Информационный релиз. Приглашение. Буклет, проспект. Брошюра. Листовка. Заявка и	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	предложение. Текст речей и выступлений. Отчет Информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень. Медиа-план. Медиа-карта. Пресс-дайджест							
4.	<i>Тема 4. Неконтролируемые организацией письменные материалы</i> Пресс-релиз. Бэкграундер. Факт-лист. Биографическая справка. Письмо в редакцию. Заявление для СМИ. Статья. Пресс-кит.	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
5.	<i>Тема 5. Рекламный текст как разновидность медиатекста</i> Лингвистические особенности рекламного текста Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика Редакторское чтение рекламного текста	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
Модуль 2. Журналистский медиатекст								
6.	<i>Тема 6. Медиатекст печатных СМИ: жанрово-стилистический аспект</i> Введение в теорию жанров периодической печати. Специфика текста в журналистике. Структура журналистского текста и принцип перевернутой	2	4		6	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	пирамиды. Интервью. Репортаж. Статья. Фельетон. Очерк.							
7.	<i>Тема 7. Жанровая специфика телевизионного текста</i> Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста Особенности телекоммуникации Специфика телевизионного общения. Специфика телевизионных средств выразительности Специфика и правила построения телевизионной речи Жанры телевизионного текста	2	4		6	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8.	<i>Тема 8. Жанровая специфика радиийного текста</i> Особенности радиокommunikации. Специфика радиийных средств выразительности. Основные принципы, виды и функции монтажа. Выразительные средства радиоречи Специфика и правила построения радиийного текста. Жанры радиийного текста.	2	4		6	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
9.	<i>Тема 9. Специфика Web-медиа текста</i> Медиа текст в системе интернет-коммуникаций. Типология интернет-СМИ. Специфика гипертекстовой медиapубликации. Электронный гипертекст как особый тип	2	4		5,8	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.

текста. Требования к интернет-публикациям. Жанровые особенности веб-медиа текста								
<b>ИТОГО:</b>	18	36		53,8				

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Современный медиатекст: теория и практика»  
на 7 семестр, сессия 1 заочной формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

Практические занятия: доцент, канд. филол. наук Силиванец Ангелина Владимировна

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины Заочная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	108/3
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	16,2
лекционных	6
практических	10
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	87,8
Контроль (Зачет)	4

Форма контроля:

Зачет 7 семестр, сессия 1

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Модуль 1. Медиатекст в современном мире</b>								
1.	<i>Тема 1. Медиатекст как объект медиалингвистики</i> Понятие «медиатекст». Основные категории медиатекста Типология медиатекстов Медиатекст в функционально-прагматическом аспекте.	1	1		7,8	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2.	<i>Тема 2. PR-текст как разновидность медиатекста</i> Сущности PR и понятия «PR-текст» Специфика PR-текста как разновидности медиатекста PR-публикации в системе медиатекстов Типология PR-текстов Технология создания PR-текста	1	1		10	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
3.	<i>Тема 3. Контролируемые организацией письменные материалы. Письмо.</i> Информационный релиз. Приглашение. Буклет, проспект. Брошюра. Листовка. Заявка и		1		10	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	предложение. Текст речей и выступлений. Отчет Информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень. Медиа-план. Медиа-карта. Пресс-дайджест							
4.	<i>Тема 4. Неконтролируемые организацией письменные материалы</i> Пресс-релиз. Бэкграундер. Факт-лист. Биографическая справка. Письмо в редакцию. Заявление для СМИ. Статья. Пресс-кит.		1		10	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
5.	<i>Тема 5. Рекламный текст как разновидность медиатекста</i> Лингвистические особенности рекламного текста Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика Редакторское чтение рекламного текста		1		10	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
Модуль 2. Журналистский медиатекст								
6.	<i>Тема 6. Медиатекст печатных СМИ: жанрово-стилистический аспект</i> Введение в теорию жанров периодической печати. Специфика текста в журналистике. Структура журналистского текста и принцип перевернутой	1	1		10	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.



	пирамиды. Интервью. Репортаж. Статья. Фельетон. Очерк.							
7.	<i>Тема 7. Жанровая специфика телевизионного текста</i> Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста Особенности телекоммуникации Специфика телевизионного общения. Специфика телевизионных средств выразительности Специфика и правила построения телевизионной речи Жанры телевизионного текста	1	1		10	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8.	<i>Тема 8. Жанровая специфика радиийного текста</i> Особенности радиокommunikации. Специфика радиийных средств выразительности. Основные принципы, виды и функции монтажа. Выразительные средства радиоречи Специфика и правила построения радиийного текста. Жанры радиийного текста.	1	1		10	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
9.	<i>Тема 9. Специфика Web-медиа текста</i> Медиа текст в системе интернет-коммуникаций. Типология интернет-СМИ. Специфика гипертекстовой медиapубликации. Электронный гипертекст как особый тип	1	2		10	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.

текста. Требования к интернет-публикациям. Жанровые особенности веб-медиа текста								
<b>ИТОГО:</b>	6	10		87,8				

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Современный медиатекст: теория и практика» на 9 семестр  
очно-заочной формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

Практические занятия: доцент, канд. филол. наук Силиванец Ангелина Владимировна

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины Очно-заочная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	108/3
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	54,2
лекционных	18
практических	36
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	53,8

Форма контроля:  
Зачет 9 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>Модуль 1. Медiateкст в современном мире</b>								
1.	<i>Тема 1. Медiateкст как объект медиалингвистики</i> Понятие «медiateкст». Основные категории медiateкста Типология медiateкстов Медiateкст в функционально-прагматическом аспекте.	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
2.	<i>Тема 2. PR-текст как разновидность медiateкста</i> Сущности PR и понятия «PR-текст» Специфика PR-текста как разновидности медiateкста PR-публикации в системе медiateкстов Типология PR-текстов Технология создания PR-текста	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
3.	<i>Тема 3. Контролируемые организацией письменные материалы. Письмо.</i> Информационный релиз. Приглашение. Буклет, проспект. Брошюра. Листовка. Заявка и	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	предложение. Текст речей и выступлений. Отчет Информационный листок, ньюс-леттер, бюллетень. Медиа-план. Медиа-карта. Пресс-дайджест							
4.	<i>Тема 4. Неконтролируемые организацией письменные материалы</i> Пресс-релиз. Бэкграундер. Факт-лист. Биографическая справка. Письмо в редакцию. Заявление для СМИ. Статья. Пресс-кит.	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
5.	<i>Тема 5. Рекламный текст как разновидность медиатекста</i> Лингвистические особенности рекламного текста Двойственная природа рекламного дискурса и его элементы Рекламный текст: семиотика, структура, прагматика Редакторское чтение рекламного текста	2	4		6	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.
Модуль 2. Журналистский медиатекст								
6.	<i>Тема 6. Медиатекст печатных СМИ: жанрово-стилистический аспект</i> Введение в теорию жанров периодической печати. Специфика текста в журналистике. Структура журналистского текста и принцип перевернутой	2	4		6	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.

	пирамиды. Интервью. Репортаж. Статья. Фельетон. Очерк.							
7.	<i>Тема 7. Жанровая специфика телевизионного текста</i> Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста Особенности телекоммуникации Специфика телевизионного общения. Специфика телевизионных средств выразительности Специфика и правила построения телевизионной речи Жанры телевизионного текста	2	4		6	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
8.	<i>Тема 8. Жанровая специфика радиийного текста</i> Особенности радиокommunikации. Специфика радиийных средств выразительности. Основные принципы, виды и функции монтажа. Выразительные средства радиоречи Специфика и правила построения радиийного текста. Жанры радиийного текста.	2	4		6	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия.	Выступление по теме практического занятия.
9.	<i>Тема 9. Специфика Web-медиатекста</i> Медиатекст в системе интернет-коммуникаций. Типология интернет-СМИ. Специфика гипертекстовой медиапубликации. Электронный гипертекст как особый тип	2	4		5,8	1-6	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к выступлению по теме практического занятия. Подготовка к тестированию.	Выступление по теме практического занятия. Тестирование.

текста. Требования к интернет-публикациям. Жанровые особенности веб-медиа текста								
<b>ИТОГО:</b>	18	36		53,8				

