

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Актуализировано:
на заседании кафедры
протокол №10 от «19» мая 2017 г.

Согласовано:
Председатель УМК факультета
/института

И.о. зав. кафедрой  /Иткулова Л.А.

 /Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

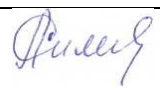
Дисциплина «Современный медиатекст: теория и практика»

вариативная

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: 2016 г.

Уфа 2017

Составитель: Силиванец Ангелина Владимировна

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол от 19 мая 2017 г. № 10.

И.о. зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № 11 от 18 июня 2018 г.: «Обновлен список основной и дополнительной литературы; обновлен перечень программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины».

И.о. зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью: протокол № 11 от 25 апреля 2019 г.: обновлено программное оборудование и список договоров ЭБС.

Зав. кафедрой  / Иткулова Л.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры

_____,
протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____

Список документов и материалов

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

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	примечание
Знать	основные нормы современного русского языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, орфоэпические) и систему функциональных стилей русского языка	- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	
	фонетические, лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка	- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)	
	основы рекламной деятельности, копирайтинга	- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)	
	особенности и структуру таких документов, как аналитическая справка, обзор, прогноз	способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)	
Уметь	пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка	- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	
	разрабатывать текстовые инструменты используемые в рекламной и PR-деятельности	- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)	
	готовить и производить	- способность организовывать	

	рекламную продукцию, выстраивать долговременное сотрудничество со СМИ с целью презентации рекламных материалов	подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)	
	составлять такие документы, как аналитическая справка, обзор, прогноз	способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)	
Владеть	навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью»	- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	
	навыками литературного редактирования, копирайтинга	- обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3)	
	профессиональными навыками производства и реализации рекламной продукции	- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)	
	навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современный медиатекст: теория и практика» относится к вариативной части. 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.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках освоения следующих дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Стилистические основы рекламных и PR-текстов», «Основы ораторского искусства», «Копирайтинг», «Документирование управленческой деятельности», «Организация пресс-мероприятий», «Проведение PR-кампаний».

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

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

3. 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: ОК-5 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: основные нормы современного русского языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, орфоэпические) и систему функциональных стилей русского языка	Отсутствие представлений об основных нормах современного русского языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, орфоэпические) и системе функциональных стилей русского языка	Сформированы комплексные и систематические представления об основных нормах современного русского языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, орфоэпические) и системе функциональных стилей русского языка
Второй этап (уровень)	Уметь: пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка	Отсутствие умений пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка	Сформированы комплексные и систематические умения пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с	Отсутствие навыков создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с	Сформированы на высоком уровне навыки создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с

	общественностью»		общественностью»
--	------------------	--	------------------

Код и формулировка компетенции: ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: фонетические, лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка	Отсутствие знаний о фонетических, лексических, грамматических, семантических, стилистических нормах современного русского языка	Сформированы комплексные и систематические представления о фонетических, лексических, грамматических, семантических, стилистических нормах современного русского языка
Второй этап (уровень)	Уметь: разрабатывать тексты, используемые в рекламной и PR-деятельности	Отсутствие умений разрабатывать тексты, используемые в рекламной и PR-деятельности	Сформированы комплексные и систематические умения разрабатывать тексты, используемые в рекламной и PR-деятельности
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками литературного редактирования, копирайтинга	Отсутствие навыков литературного редактирования, копирайтинга	Сформированы на высоком уровне навыки литературного редактирования, копирайтинга

Код и формулировка компетенции: ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: основы рекламной деятельности, копирайтинга	Отсутствие знаний об основах рекламной деятельности, копирайтинга	Сформированы комплексные и систематические представления об основах рекламной

			деятельности, копирайтинга
Второй этап (уровень)	Уметь: готовить и производить рекламную продукцию, выстраивать долгосрочное сотрудничество со СМИ с целью презентации рекламных материалов	Отсутствие умений готовить и производить рекламную продукцию, выстраивать долгосрочное сотрудничество со СМИ с целью презентации рекламных материалов	Сформированы комплексные и систематические умения готовить и производить рекламную продукцию, выстраивать долгосрочное сотрудничество со СМИ с целью презентации рекламных материалов.
Третий этап (уровень)	Владеть: профессиональными навыками производства и реализации рекламной продукции	Отсутствие профессиональных навыков производства и реализации рекламной продукции	Сформированы на высоком уровне профессиональные навыки производства и реализации рекламной продукции

Код и формулировка компетенции: ПК-11 – способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать: особенности и структуру таких документов, как аналитическая справка, обзор, прогноз	Отсутствие знаний об особенностях и структуре таких документов, как аналитическая справка, обзор, прогноз	Сформированы комплексные и систематические представления об особенностях и структуре таких документов, как аналитическая справка, обзор, прогноз
Второй этап (уровень)	Уметь: составлять такие документы, как аналитическая справка, обзор, прогноз	Отсутствие умений составлять такие документы, как аналитическая справка, обзор, прогноз	Сформированы комплексные и систематические умения составлять такие документы, как аналитическая справка, обзор, прогноз
Третий этап (уровень)	Владеть: навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Отсутствие профессиональных навыков написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Сформированы на высоком уровне профессиональные навыки написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Показатели сформированности компетенции:

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).

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

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. основные нормы современного русского языка (орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические, орфоэпические) и систему функциональных стилей русского языка 2. фонетические, лексические, грамматические, семантические, стилистические нормы современного русского языка 3. основы рекламной деятельности, копирайтинга 4. особенности и структуру таких документов, как аналитическая справка, обзор, прогноз	ОК-5, ОПК-3, ПК-8, ПК-11	Выступление по теме практического занятия Тестирование
2-й этап Умения	1. пользоваться основной справочной литературой, толковыми и нормативными словарями русского языка 2. разрабатывать текстовые инструменты	ОК-5, ОПК-3, ПК-8, ПК-11	Выступление по теме практического занятия Тестирование

	используемые в рекламной и PR-деятельности 3. готовить и производить рекламную продукцию, выстраивать долгосрочное сотрудничество со СМИ с целью презентации рекламных материалов 4. составлять такие документы, как аналитическая справка, обзор, прогноз		
3-й этап Владеть навыками	1. навыками создания на русском языке грамотных и логически непротиворечивых письменных и устных текстов учебной и научной тематики реферативного характера, ориентированных на направление подготовки «Реклама и связи с общественностью» 2. навыками литературного редактирования, копирайтинга 3. профессиональными навыками производства и реализации рекламной продукции 4. навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	ОК-5, ОПК-3, ПК-8, ПК-11	Выступление по теме практического занятия Тестирование

Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

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 радионного текста. Особенности радиокommunikации. Специфика радионных средств выразительности. Основные принципы, виды и функции монтажа
29. Выразительные средства радиоречи. Речевые особенности радионного текста
30. Специфика и правила построения радионного текста\
31. Жанры радионного текста. Жанровая специфика радио.

32. Особенности радиийного репортажа
33. Специфика Web-медиаатекста. Медиаатекст в системе интернет-коммуникаций. Интернет: понятие, основные сервисы.
34. Проблема статуса интернет-СМИ. Определение, специфические свойства интернет-СМИ. Факторы, определяющие специфику веб-медиаатекста. 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-медиаатекста. Интернет-новость. Интернет-журнал

Вопросы к практическим занятиям

Модуль 1. Медиаатекст в современном мире

Тема 1. Медиаатекст как объект медиалингвистики

- Понятие «медиаатекст». Основные категории медиаатекста
- Типология медиаатекстов
- Медиаатекст в функционально-прагматическом аспекте. Специфика автора и адресата
- Медиаатекст и закономерности текстообразования
- Интертекстуальность как обязательная категория медиаатекста.
- Формы и функции интертекстуальных знаков в медиаатексте
- Методы изучения медиаатекстов

Тема 2. PR-текст как разновидность медиаатекста

- Сущности PR и понятия «PR-текст»
- Специфика PR-текста как разновидности медиаатекста
- PR-публикации в системе медиаатекстов
- 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 радионных средств выразительности

Основные принципы, виды и функции монтажа

Выразительные средства радиоречи

Речевые особенности радионного текста

Специфика и правила построения радионного текста

Жанры радионного текста

Жанровая специфика радио

Особенности радионного 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-медiateкста
Требования к интернет-публикациям
Жанровые особенности веб-медiateкста
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.

**Примерная тематика контрольных работ
для заочной формы обучения**

1. Телевизионная картина мира.
2. Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста
3. Специфика телевизионного общения.
4. Стратегии и тактики телевизионной речи
5. Специфика телевизионных средств выразительности.
6. Речевые особенности телевизионного текста
7. Специфика и правила построения телевизионной речи
8. Жанры телевизионного текста. Жанровая специфика телетекста
9. Жанровая специфика радиийного текста. Особенности радиокommunikации.
10. Специфика радиийных средств выразительности.
11. Выразительные средства радиоречи. Речевые особенности радиийного текста
12. Специфика и правила построения радиийного текста\
13. Жанры радиийного текста. Жанровая специфика радио.
14. Особенности радиийного репортажа
15. Медiateкст в системе интернет-коммуникаций.
16. Специфика интернет-СМИ.
17. Специфика гипертекстовой медиапубликации. Контент сайта
18. Электронный гипертекст как особый тип текста.
19. Требования к интернет-публикациям.
20. Жанровые особенности веб-медiateкста.

Критерии оценки контрольных работ:

- актуальность и самостоятельность осмысления темы
- соответствие содержания теме
- глубина проработки материала
- правильность и полнота использования источников
- последовательность и грамотность изложения материала.

Описание шкалы оценивания:

«Зачтено» – работа соответствует теме, глубоко проработан материал, использованы актуальные источники, проведена самостоятельная интерпретация темы, материал изложен последовательно и грамотно.

«Незачтено» – работа не соответствует теме, материал проработан неглубоко, использованы неактуальные источники, студент не сумел провести самостоятельную интерпретацию темы, материал изложен непоследовательно и неграмотно.

Примерные тесты по дисциплине

1. Медiateкст принадлежит:
 - а) сфере СМИ; б) сфере книгоиздательской деятельности.
2. Медiateкст можно рассматривать как фрагмент медиапотока:
 - а) да, б) нет.
3. К особенностям (свойствам) медiateкста 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>.
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,	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
---	-------------	---

лабораторий		
1	2	3
<p>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Лекции	<p style="text-align: center;">Аудитория № 316 Учебная мебель, доска.</p>
<p>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	Практические занятия	<p style="text-align: center;">Аудитория № 316 Учебная мебель, доска.</p>
<p>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p> <p>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 316 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4).</p>	<p>Индивидуальные и групповые консультации,</p> <p>промежуточная аттестация.</p>	<p style="text-align: center;">Аудитория № 316 Учебная мебель, доска.</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 316 Учебная мебель, доска. Учебная аудитория 421 Лаборатория ИТ 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>помещения для самостоятельной работы: читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	Самостоятельная работа	<p style="text-align: center;">Читальный зал №5 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

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
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
Модуль 1. Медиатекст в современном мире								
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-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								
ИТОГО:	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 8 семестр, сессия 2 заочной формы обучения

Рабочую программу осуществляют:

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

Вид работы	Объем дисциплины Заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	108/3
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	34,7
лекционных	12
практических	22
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	69,5
Контроль (Зачет)	3,8

Форма контроля:

Зачет 8 семестр, сессия 2

№ 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
Модуль 1. Медиатекст в современном мире								
1.	<i>Тема 1. Медиатекст как объект медиалингвистики</i> Понятие «медиатекст». Основные категории медиатекста Типология медиатекстов Медиатекст в функционально-прагматическом аспекте.	1	2		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	2	4		8	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	2		8	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	2		8	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		8	1-3	Знакомство с рекомендуемой литературой. Подготовка материала к докладу по теме практического занятия. Подготовка к контрольной работе.	Выступление по теме практического занятия. Контрольная работа.
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	2		8	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	2		8	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	2		8	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	1	2		5,5	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							
	Контрольная работа						Контрольная работа — это письменная работа, в которой измеряется уровень, знаний, навыков, умений и навыков. Используется как средство для установления эффективности осуществления образовательной деятельности.	
	ИТОГО:	12	22		69,5			

**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
Модуль 1. Медиатекст в современном мире				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
Рубежный контроль				
Тестирование		1	0	25
Модуль 2. Журналистский медиатекст				
Текущий контроль				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	3	5	0	15
Рубежный контроль				
Тестирование		1	0	25
Поощрительные баллы				
Публикация статей			0	10
Посещаемость				
Посещение лекционных занятий			0	-6
Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль				
Зачет				