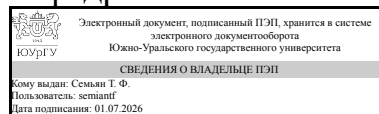


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



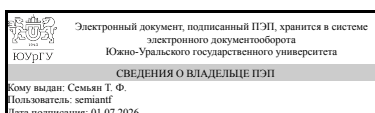
Т. Ф. Семьян

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.12 Мастерская нехудожественного текста
для направления 45.04.01 Филология
уровень Магистратура
магистерская программа Создание, анализ и экспертиза текста
форма обучения очная
кафедра-разработчик Русский язык и литература

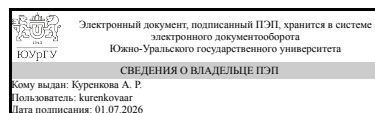
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 45.04.01 Филология, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 980

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., проф.



Т. Ф. Семьян

Разработчик программы,
доцент



А. Р. Куренкова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель сформировать навыки анализа, редактирования и создания нехудожественных текстов в сфере массовой коммуникации и рекламы.

Краткое содержание дисциплины

Значение феномена коммуникации в условиях медиареволюции. Роль текста как одного из основных инструментов коммуникации в PR и маркетинге. Типология и форматы современных текстов в зависимости от различных задач маркетинга. Филологические аспекты PR.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 способен создавать, редактировать, реферировать, систематизировать и трансформировать (например, изменять стиль, жанр, целевую принадлежность текста) все типы текстов (в том числе виртуальные) научного, официально-делового, публицистического стилей и стиля художественной литературы	Знает: стилевые и языковые особенности PR-текстов, жанры текстов сферы массовой коммуникации Умеет: редактировать, трансформировать и создавать тексты разных жанров в сфере массовой коммуникации Имеет практический опыт: создания медиаплана
ПК-2 способен анализировать и создавать информационно-аналитические материалы, проводить их экспертизу, соблюдать требования правовых актов в области информационной безопасности	Знает: структурные и стилевые характеристики нехудожественного текста Умеет: анализировать и редактировать нехудожественные тексты Имеет практический опыт: создания нехудожественных текстов для разных целей / создания нехудожественных текстов для разных целей в процессе разработки цифрового мультимедийного проекта

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Мастерская SMM-специалиста, Мастерская медиатекста, Интерпретация неклассического текста, Информационное право, Мастерская критики	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Мастерская критики	Знает: основные принципы создания литературно-критического эссе, особенности структуры и основные жанры критического эссе

	Умеет: редактировать критические эссе разных жанров, создавать литературно-критические эссе, учитывая синхронический и диахронический аспекты Имеет практический опыт: реферирования критических эссе разных жанров, создания литературно-критического эссе в сфере виртуальной коммуникации
Интерпретация неклассического текста	Знает: специфику различных типов текстов, различных методик работы с разными группами источников, широкого исторического и социокультурного контекста бытования текста, общие сведения об основных положениях и концепциях в области филологии, разных типах филологического анализа Умеет: оценивать статус и качество новых публикаций в области филологического и общегуманитарного знания, создавать текстовый сценарий определенного жанра, в том числе виртуальный, подбирать средства для наиболее адекватной передачи сообщения целевой аудитории Имеет практический опыт: интерпретации неклассических текстов разных видов, применения навыков делового этикета и бизнес-языка, правильного оценивания коммуникативной ситуации
Мастерская медиатекста	Знает: способы трансформации обычных текстов в медиатекст Умеет: систематизировать и трансформировать (например, изменять стиль, жанр, целевую принадлежность текста) все типы текстов (в том числе виртуальные) научного, официально-делового, публицистического стилей и стиля художественной литературы, искать, воспринимать, анализировать, обрабатывать и передавать информацию с использованием современных цифровых технологий Имеет практический опыт: написания медиатекстов в процессе создания цифрового мультимедийного проекта, работы с профессионально-ориентированным программным обеспечением
Информационное право	Знает: требования информационной безопасности при выполнении задач профессиональной деятельности при работе с текстами, основы логики, нормы критического подхода Умеет: применять требования информационной безопасности при выполнении задач профессиональной деятельности при работе с текстами, в том числе при осуществлении лингвистических и иных экспертиз, анализировать социально значимые проблемы, связанные с правовым регулированием информационной сферы Имеет практический опыт: анализа правовых актов в области информационной безопасности, постановки цели, решения социально и личностно значимых правовых проблем

Мастерская SMM-специалиста	Знает: способы создания и продвижения в сети всех типов текстов Умеет: изменять стиль, жанр, целевую принадлежность текста для продвижения в сети Имеет практический опыт: обработки и передачи информации с использованием современных цифровых технологий и профессионально-ориентированного программного обеспечения
----------------------------	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 54,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	48	48
Лекции (Л)	0	0
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	48	48
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	53,75	53,75
КТ-2. Составление пресс-релиза	10	10
Подготовка к зачёту	3,75	3,75
КТ-4. Составление медиаплана	15	15
КТ-3. Составление нехудожественных текстов	15	15
КТ-1. Анализ нехудожественных текстов	10	10
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	PR-текст как объект научного изучения	8	0	8	0
2	Стилистические и лингвистические характеристики первичных PR-текстов и медиатекстов	28	0	28	0
3	Медиапланирование	12	0	12	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№	№	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-
---	---	---	------

занятия	раздела		во часов
1-2	1	PR-текст как объект научного изучения: основные понятия PR-текстологии, жанровые компоненты PR-текста	4
3-4	1	PR-текст как объект научного изучения: типология PR-текстов, жанры PR-текстов	4
5-6	2	Стилистические и лингвистические особенности оперативно-новостных жанров: пресс-релиз, приглашение	4
7-8	2	Стилистические и лингвистические особенности исследовательско-новостных жанров: бэкграундер, лист вопросов-ответов	4
9-10	2	Стилистические и лингвистические особенности фактологических жанров: факт-лист, биография	4
11	2	Стилистические и лингвистические особенности исследовательских жанров: заявление для СМИ	2
12-14	2	Стилистические и лингвистические особенности образно-новостных жанров: байлайнер, поздравление, письмо	6
15-17	2	Стилистические и лингвистические особенности медиатекстов: имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори	6
18	2	Стилистические и лингвистические особенности комбинированных и смежных PR-текстов	2
19-21	3	Методические и организационные вопросы медиапланирования	6
22-24	3	Процессы и инструменты составления и реализации медиаплана	6

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
КТ-2. Составление пресс-релиза	ПУМД: осн. 1, 2, 3; доп. 1, 2, 3, 4, 5, 6; ЭУМД: осн. 1, 3, 6; доп. 2, 4, 5.	4	10
Подготовка к зачёту	ПУМД: осн. 1, 2, 3; ЭУМД: осн. 1, 3, 6.	4	3,75
КТ-4. Составление медиаплана	ПУМД: осн. 1, 2, 3; доп. 1, 2, 3, 4, 5, 6; ЭУМД: осн. 1, 3, 6; доп. 2, 4, 5.	4	15
КТ-3. Составление нехудожественных текстов	ПУМД: осн. 1, 2, 3; доп. 1, 2, 3, 4, 5, 6; ЭУМД: осн. 1, 3, 6; доп. 2, 4, 5.	4	15
КТ-1. Анализ нехудожественных текстов	ПУМД: осн. 1, 2, 3; доп. 1, 2, 3, 4, 5, 6; ЭУМД: осн. 1, 3, 6; доп. 2, 4, 5.	4	10

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се- местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи- тыва- ется в ПА
1	4	Текущий контроль	Анализ нехудожественных текстов	1	20	Работа выполняется студентами дома. Работа представляет собой анализ трёх нехудожественных текстов по предложенному плану. Критерии оценивания: 1) вид текста (вид определен верно – 2 балла, вид определен неверно – 0 баллов); 2) портрет целевой аудитории для каждого из текстов (ЦА описана верно – 2 балла, ЦА описана неверно – 0 баллов); 3) соответствие признакам вида (верно указаны все признаки вида – 2 балла, указаны не все признаки вида – 1 балл, признаки вида указаны неверно – 0 баллов); 4) правки в текста (предложены корректные правки – 2 балла, предложены корректные правки, но не для всех ошибок в тексте – 1 балл, предложены некорректные правки – 0 баллов); 5) лучший (наиболее соответствующий своему виду) текст (указан лучший текст – 2 балла, указан не лучший текст – 0 баллов). Максимальный балл за работу – 10. Всего работ в семестре – 2. Максимальный балл за задание – 20. Требования к оформлению: письменные комментарии в свободной форме по всем пунктам задания, корректирующие пометы в самих текстах. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179)	зачет
2	4	Текущий контроль	Составление пресс-релиза	1	20	Работа выполняется студентами дома. Работа предполагает составление текста пресс-релиза для обозначенного мероприятия. Критерии оценивания: 1) заголовок (содержит суть, удобный для публикации, ориентирован на социальную повестку – 2 балла, содержит суть, удобный для публикации, но не ориентирован на социальную повестку – 1 балл, не по сути материала, неудобен для публикации – 0 баллов)	зачет

					2) лид-абзац (раскрывает суть, представляет основные факты, побуждает к прочтению – 2 балла, раскрывает суть, но не представляет факты или не побуждает к прочтению – 1 балл, лид-абзац некорректный – 0 баллов) 3) значимость (информация социально значимая – 1 балл, текст не социально значимый – 0 баллов) 4) цитаты (содержит цитаты – 1 балл, не содержит цитаты – 0 баллов) 5) комментарии (содержит комментарии – 1 балл, не содержит комментариев – 0 баллов) 6) выводы (выводы содержательные и побуждающие – 1 балл, выводы несодержательные или отсутствуют – 0 баллов) 7) подпись (содержит контактные сведения – 1 балл, не содержит контактные сведения – 0 баллов) 8) объём (одна страница – 1 балл, более или менее 1 страницы – 0 баллов) Максимальный балл за работу – 10. Всего работ в семестре – 2. Максимальный балл за задание – 20. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).		
3	4	Текущий контроль	Составление нехудожественных текстов	1	30	Работа выполняется студентами дома. Работа предполагает составление текстов для мероприятия. Студенты должны выбрать один инфоповод / сообщение для целевой аудитории виртуального музея и изложить его в пяти различных видах текста (рекламное сообщение, пресс-релиз, имиджевая статья, пост в социальных сетях, корпоративное сообщение) с определением цели каждого. Тексты оформляются согласно жанровым параметрам, каждый отдельным файлом (документом) с соответствующим названием. Критерии оценивания каждого текста: 1) соответствие структуры жанру (1 балл), 2) соответствие оформления жанру (1 балл), 3) соответствие стилистических особенностей жанру (1 балл), 4) соответствие целевой аудитории (1 балл),	зачет

						5) краткость, простота, понятность (1 балл), 6) насыщенность фактами, необходимая и достаточная (1 балл). Максимальный балл за один текст – 6. Всего текстов в работе – 5. Максимальный балл за задание – 30. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).	
4	4	Текущий контроль	Составление медиаплана	1	30	Разработать медиаплан, согласно легенде. Критерии оценивания: 1) цель и целевая аудитория (1 балл), 2) территория продаж и сроки проведения (1 балл), 3) способ воздействия и каналы (1 балл), 4) график, частота и формат выхода (1 балл), 5) примерный бюджет (1 балл), 6) готовые тексты (5 разных видов текстов, каждый по 5 баллов, всего – 25 баллов). Максимальный балл за задание – 30. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).	зачет
5	4	Промежуточная аттестация	Зачёт	-	10	На зачёте происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. Если студент в течение семестра выполнил все текущие контрольные мероприятия на 60 баллов и более, то он получает возможность получить зачёт по результатам работы в течение семестра. Если же студент набрал в течение семестра при выполнении текущих работ 59 баллов и менее, то студенту предоставляется право сдавать зачёт в традиционной форме (устно по билетам). Билет содержит два вопроса: первый – теоретический, второй – карточка с практическим заданием на умение трансформировать, корректировать и создавать нехудожественные тексты. На подготовку к ответу по билету студентам даётся 40 минут, на ответ – 15 минут.	зачет

					Максимальный балл за верный ответ на каждый вопрос – 5 баллов. Критерии оценивания: 5 баллов – ответ системный и полный, каждое высказывание о языковом явлении подтверждается примером, 4 балла – ответ системный, но не полный, студент затрудняется в подборе примеров к каждому озвученному положению о языковом явлении, 3 балла – ответ содержит незначительные системные ошибки, студент затрудняется в подборе примеров к каждому озвученному положению о языковом явлении, 2 балла – ответ не системный, однако студент демонстрирует представление о языковом явлении в виде отдельных фактов и примеров, 1 балл – ответ не системный, студент не может привести примеры, но может в любой форме объяснить ключевой термин из вопроса билета, 0 баллов – студент не может дать ответ на вопрос билета или приступал к его выполнению. Общий максимальный балл за зачёт – 10 баллов. При выставлении оценки используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Результаты отражаются в журнале оценок в электронном курсе на портале "Электронный ЮУрГУ".	
--	--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине происходит на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. Обучающийся может повысить свой рейтинг, пройдя процедуру промежуточной аттестации (зачет или экзамен). Зачёт проходит в традиционной форме (устно по билетам). Билет содержит два вопроса: первый – теоретический, второй – карточка с практическим заданием на умение трансформировать, корректировать и создавать нехудожественные тексты. На подготовку к ответу по билету студентам даётся 40 минут, на ответ – 15 минут.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
ПК-1	Знает: стилевые и языковые особенности PR-текстов, жанры текстов сферы массовой коммуникации	+	+	+	+	+
ПК-1	Умеет: редактировать, трансформировать и создавать тексты разных жанров в сфере массовой коммуникации	+	+	+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: создания медиаплана				+	+
ПК-2	Знает: структурные и стилевые характеристики нехудожественного текста	+	+	+	+	+
ПК-2	Умеет: анализировать и редактировать нехудожественные тексты	+	+	+	+	+
ПК-2	Имеет практический опыт: создания нехудожественных текстов для разных целей / создания нехудожественных текстов для разных целей в процессе разработки цифрового мультимедийного проекта				+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.
2. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 156, [1] с. ил.
3. Мудров А. Н. Основы рекламы : учеб. для вузов по специальности 350700 "Реклама" / А. Н. Мудров. - М. : Экономистъ, 2006. - 318 с. : ил.

б) дополнительная литература:

1. Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [Текст] учеб. пособие для вузов по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 495 с. ил., табл.
2. Васильев, Г. А. Медиапланирование [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 032401 "Реклама" Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, 2010
3. Язык современной публицистики [Текст] сб. статей сост. Г. Я. Солганик. - 3-е изд. - М.: Флинта : Наука, 2008. - 232 с.
4. Шарков Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации. Учебник для бакалавров рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов по специальности "Связи с общественностью" (модуль дисциплин "Коммуникология") / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр.; Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп.. - М. : Дашков и К : Издательство Шаркова, 2012. - 591 с.
5. Пименов П. А. Основы рекламы : учеб. пособие для вузов по специальности 350700 "Реклама" / П. А. Пименов. - М. : Гардарики, 2009. - 399 с.

6. Романов А. А. Массовые коммуникации : учеб. пособие для вузов по специальностям 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг" / А. А. Романов, Г. А. Васильев. - М. : Вузовский учебник, 2009. - 234, [1] с. : ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:
Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Куренкова А. Р. Руководство к изучению дисциплины "Мастерская нехудожественного текста" (<https://ruslang.susu.ru>)

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Куренкова А. Р. Руководство к изучению дисциплины "Мастерская нехудожественного текста" (<https://ruslang.susu.ru>)

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 449 с. https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-560545
2	Дополнительная литература	ЭБС IPR SMART	Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Л. Головлева. — Москва : Академический проект, 2020. — 250 с. https://www.iprbookshop.ru/110054.html

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	432 (1)	Учебно-научная лаборатория «Цифровая филология». Оборудование и технические средства обучения: комплект компьютерного оборудования (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к ЭИОС Университета – 2 шт., графический планшет – 1 шт., VR-очки – 2 шт., комплект для съёмки VR-туров – 1 шт, интерактивная маркерная доска – 1 шт., конденсаторный

		USB_микрофон – 1 шт. Имущество: стол малый – 3 шт., стул – 7 шт., шкаф трёхдверный – 1 шт.
Самостоятельная работа студента	432 (1)	Учебно-научная лаборатория «Цифровая филология». Оборудование и технические средства обучения: комплект компьютерного оборудования (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к ЭИОС Университета – 2 шт., графический планшет – 1 шт., VR-очки – 2 шт., комплект для съёмки VR-туров – 1 шт, интерактивная маркерная доска – 1 шт., конденсаторный USB_микрофон – 1 шт. Имущество: стол малый – 3 шт., стул – 7 шт., шкаф трёхдверный – 1 шт.