

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 17:04:18
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Институт славянской культуры
Кафедра Общей и славянской филологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	45.03.01 Филология
Направленность (профиль)	Интернет-журналистика
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форм обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.04.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

профессор И.В. Бугаева

И.о. зав. кафедрой: И.В. Бугаева

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» изучается в седьмом семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрен(а)

1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Современный русский язык и методика его преподавания;
- Стилистика русского языка;
- Технология создания медиа-текста.

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Поликодовые тексты в Интернет-пространстве;
- Продвижение медиа-проекта в Интернете.

Результаты освоения учебной дисциплины «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и (или) выполнении выпускной квалификационной работы).

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Целями изучения дисциплины «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)» являются:

- формирование представлений о языке как семиотической системе, о вербальных и невербальных компонентах коммуникации;
- усвоение основ продающих текстов в маркетинговой коммуникации; понимание специфики содержания и создания продающих и продвигающих текстов.
- формирование у обучающихся компетенций ПК-3 (Способен использовать разные жанры современных средств массовой коммуникации), определить актуальность информационного повода, определить дальнейший ход работы), установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по
ПК-2 Способен создавать востребованные обществом медиатексты и медиапродукты в соответствии с нормами русского и/или иностранного языков	ИД-ПК-2.2. Определение и выбор тем и проблем для медиаконтента, оценка актуальности информации и медиапродукта	- самостоятельно определяет темы актуального медиа-контента с учетом интересов целевой аудитории; - формулирует общественно важные проблемы для конкретного медиапродукта; – - создает инфоповоды для решения конкретной коммуникативной задачи
ПК-3 Способен использовать разные жанры современных средств массовой коммуникации	ИД-ПК-3.1. Анализ системы жанров традиционных и интернет-СМИ	– Анализирует информационные поводы, на основе которых создает продающие и продвигающие тексты; – Понимает возможность вовлечения читателей в опосредованную коммуникацию благодаря актуальности информационного повода с помощью новых технологий ; – Анализирует и создает видеоконтент в Интернет-пространстве; – определяет отличия интернет-текстов от традиционных печатных – создает лонгриды на заданную тематику и форматы.
	ИД-ПК-3.2. Создание и анализ видеоконтента в интернет-СМИ	
	ИД-ПК-3.3 Создание лонгрида как нового формата в интернет-СМИ	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	4	з.е.	128 час.

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	<i>курсовая работа/ курсовой проект</i>	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
7 семестр	экзамен	128	34		34			36	24
Всего:		128	34		34			36	24

3.2. Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по разделам и темам дисциплины:

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенци(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивиду- альные занятия	Практическая подготовка час		
Седьмой семестр						36	
ПК-2: ИД-ПК-2.2	Тема 1 Лекция: Эффективный рекламный текст в СМИ: основные положения	4					Устный опрос, Визуальный проект кейс, реферат, индивидуальные творческие задания, коллективный проект «Мультимедийный лонгрид»
ПК-3: ИД-ПК-3.1	Тема 1 Практическое занятие: Рекламный, продающий и продвигающий тексты: вопросы терминологии и функции		4				
ИД-ПК-3.2	Тема2 Лекция: Специфика продающего текста в прессе	4					
ИД-ПК-3.3	Тема 2 Практическое занятие: Классификация жанров. Структура, языковые средства, анализ.		4				
	Тема 3 Лекция: Специфика продающего текста для радио.	4					
	Тема 3 Практическое занятие: Классификация жанров. Структура, языковые средства, анализ.		4				
	Тема 4 Лекция: Специфика продающего текста на телевидении	4					
	Тема 4 Практическое занятие: Классификация жанров. Структура, языковые средства, анализ.		4				
	Тема 5 Лекция: Специфика продающего текста в Интернете	4					
	Тема 5 Практическое занятие: Практическое занятие: Классификация жанров. Структура, языковые средства, анализ.		4				
	Тема 6 Лекция: Виды продающего текста	4					

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные занятия	Практическая подготовка час		
	Тема 6 Практика создания мультимедийного сторителлинга		4				
	Тема 7 Лекция: Продающий текст как креолизованный текст	6					
	Тема7 Практическое занятие: Комплексный анализ рекламного сообщения		6				
	Тема 8 Лекция: Метафора как основа креализованного продающего текста	4					
	Тема8 Практическое занятие Семиотический анализ продающих текстов		4				
	Экзамен					24	
	ИТОГО за седьмой семестр	34	34			60	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины «Лингвистические основы продающих коммуникаций (реклама и PR)»

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Тема 1	Эффективный рекламный и PR текст в СМИ: основные положения	Реклама и PR как часть контента современных СМИ. Правовые нормы и этические требования к рекламному и PR контенту СМИ. Современный мировой медиарекламный рынок.
Тема 2	Специфика продающего текста в прессе	Жанры печатных продающих текстов. Структура рекламного текста. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия
Тема 3	Специфика продающего текста для радио	Жанры аудиальных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия
Тема 4	Специфика продающего текста на телевидении	Жанры телевизионных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия
Тема 5	Специфика продающего текста в Интернете	Жанры мультимедийных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия
Тема 6	Виды рекламного текста	Виды рекламного текста в зависимости от маркетинговых задач. Виды рекламного текста в зависимости от эмоционального фона. Виды рекламного текста в зависимости от формы изложения.
Тема 7	Продающий текст как креолизованный текст	Понятие креолизованного текста. Виды креолизации (полная, частичная, нулевая). Иконический компонент и способы его представления. Вербальная и визуальная информация в продающих текстах. Коммуникативные отношения в системе «продающий текст – адресат».
Тема 8	Метафора как основа креолизованного продающего текста	Метафора в рекламном тексте. Уровни восприятия креолизованного текста как семиотического. Знаки, их сущность и свойства.

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, практическим занятиям, зачетам;
- изучение учебных пособий;
- изучение тем, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- аннотирование монографий, или их отдельных глав, статей;
- конспектирование монографий, или их отдельных глав, статей;

- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка рефератов и докладов, эссе.;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение консультаций перед зачетом.

Перечень тем, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Тема 4	Специфика продающего текста на телевидении	Подготовить сообщение с презентацией	Доклад с презентацией	6
Тема 5	Специфика продающего текста в Интернете	Подготовить сообщение с классификацией и особенностями одного или нескольких жанров	Мультимедийная презентация	10
Тема 7	Продающий текст как креолизованный текст	Проанализируйте семиотические возможности параграфемки в креолизованных текстах	Мультимедийная презентация	10
Тема 8	Метафора как основа креализованного продающего текста	Составьте свои рекламные сообщения (не менее 5), используя разные общекультурные символы для продвижения одного и того же товара или услуги	Индивидуальный проект	10

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии не применяются.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПОДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
					ПК-2: ИД-ПК-2.2 ПК-3: ИД-ПК-3.1 ИД-ПК-3.2 ИД-ПК-3.3
высокий		5 (отлично)			Обучающийся: -без затруднений продающего текста; – понимает возможность вовлечения читателей в опосредованную коммуникацию благодаря актуальности информационного повода с помощью новых технологий; -определяет отличия интернет-текстов от традиционных печатных; - воспринимает и интерпретирует интернет-тексты как тексты гетерогенной семиотической структуры; - оценивает свойства современного медиатекста

повышенный		4 (хорошо)			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продающего текста; - в целом понимает возможность вовлечения читателей в опосредованную коммуникацию благодаря актуальности информационного повода;; -определяет некоторые отличия интернет-текстов от традиционных печатных; - воспринимает и интерпретирует интернет-тексты как тексты гетерогенной семиотической структуры; - оценивает свойства современного медиатекста в интернет-СМИ
базовый		3 (удовлетворительно)			<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – испытывает серьёзные затруднения при определении специфики продающего текста; - не всегда осознает оценивает степень вовлечения читателей в опосредованную коммуникацию; - не определяет отличия поликодовых интернет-текстов от традиционных печатных; - с трудом интерпретирует поликодовые тексты как тексты гетерогенной семиотической структуры;
низкий		2 (неудовлетвори-	Обучающийся:		

		тельно)	<ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; – отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения; – речь неграмотная, не используется профессиональную терминологию; – дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента; – ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.
--	--	---------	---

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Стилистика русского языка» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	тест	<p>1. Двойственность языкового сообщения в анализе рекламы выражается в:</p> <p>а) его денотативном и коннотативном характере;</p> <p>б) означающем и означаемом;</p> <p>в) форме и содержании;</p> <p>г) наличии адресанта и адресата.</p> <p>2. Буквальное иконическое сообщения проявляются в:</p> <p>а) художественном тексте;</p> <p>б) кинофильме;</p> <p>в) рекламе;</p> <p>г) музыкальных произведениях.</p> <p>3. Небуквальное иконическое сообщение при анализе рекламф основано на:</p> <p>А) знании всех деталей изображения;</p> <p>Б) некотором коде – системе условных знаков;</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		В) непонимании его с первого взгляда; Г) скрытом смысле этого сообщения.
2	кейс	Разработать мультимедийный проект
3	Типовые задания	<p>Задания для самостоятельной работы</p> <p>Задание 1. Подготовить сообщение с классификацией и особенностями одного или нескольких жанров.</p> <p>Задание 2. Проанализируйте семиотические возможности параграфематики в креолизованных текстах.</p> <p>Задание 3. Составьте свои рекламные сообщения (не менее 5), используя разные общекультурные символы для продвижения одного и того же товара или услуги</p> <p>Задание 4. Ознакомьтесь с семиотическим анализом интернет-рекламы. Исходя из предпосылки, что реклама является креолизованным текстом, определите, из каких именно разнокодовых элементов она состоит.</p> <p>Задание 5. Продумайте структуру информационного текста с учетом темы материала, угла подачи (фокуса) и аудитории. Перечислите основные критерии оценки созданного медиапродукта.</p>

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Индивидуальное творческое задание мультимедийная презентация	Обучающийся показал знания и умения полно и свободно, логически и аргументированно создавать публицистический текст с минимальным допуском отдельных неточностей.		5
	Обучающийся показал знания и умения достаточно полно и аргументированно создавать публицистический текст при допуске недочетов.		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Обучающийся показал удовлетворительные знания и умения создавать публицистический текст с допуском недочетов.		3
	Обучающийся не представил работу, не справился с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Визуальный проект «Сторителлинг как убеждающий жанр»	Обучающийся показал знания и умения полно и свободно, логически и аргументированно планировать мультимедийные проекты с минимальным допуском отдельных неточностей.		5
	Обучающийся показал знания и умения достаточно полно и аргументированно планировать мультимедийные проекты при допуске недочетов.		4
	Обучающийся показал удовлетворительные навыки планировать мультимедийные проекты с допуском недочетов.		3
	Обучающийся не представил работу, не справился с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Типовые задания	Обучающийся показал знания и умения полно и свободно, логически и аргументированно выполнять типовые с минимальным допуском отдельных неточностей.		5
	Обучающийся показал знания и умения достаточно полно и аргументированно выполнять типовые задания при допуске недочетов.		4
	Обучающийся показал удовлетворительные знания и умения выполнять типовые задания со значительным количеством недочетов		3
	Обучающийся не представил работу, не справился с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки		2

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
---------------------------------------	--

Экзамен по билетам	<p>Вопросы к экзамену:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама и PR как часть контента современных СМИ. 2. Правовые нормы и этические требования к рекламному и PR контенту СМИ. 3. Современный мировой медиарекламный рынок. 4. Жанры печатных продающих текстов. 5. Структура рекламного текста. 6. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия 7. Жанры аудиальных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия 8. Жанры телевизионных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия 9. Жанры мультимедийных продающих текстов. Языковые особенности и средства манипулятивного воздействия 10. Виды рекламного текста в зависимости от маркетинговых задач. 11. Виды рекламного текста в зависимости от эмоционального фона. 12. Виды рекламного текста в зависимости от формы изложения. 13. Понятие креолизованного текста. 14. Виды креолизации (полная, частичная, нулевая). 15. Иконический компонент и способы его представления. 16. Вербальная и визуальная информация в продающих текстах. 17. Коммуникативные отношения в системе «продающий текст – адресат». 18. Метафора в рекламном тексте. 19. Уровни восприятия креолизованного текста как семиотического. 20. Знаки, их сущность и свойства.
--------------------	---

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен по билетам	Обучающийся: – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>основные вопросы билета, так и на дополнительные;</p> <ul style="list-style-type: none"> – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; – демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p> <p>-практическое задание выполнено без ошибок.</p>		
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – активно работает с основной литературой, – демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. <p>Практическое задание выполнено с незначительными ошибками</p>		4
	<p>Обучающийся:</p>		3

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<ul style="list-style-type: none"> – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые; – в целом знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. 		
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. Практическое задание не выполнено.		2

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- устный опрос		2 – 5
- выступление с презентацией		2 – 5
- индивидуальное творческое задание		2 – 5
- тест		2 – 5
Промежуточная аттестация Экзамен		экзамен
Итого за семестр экзамен		

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- групповые дискуссии;
- разбор конкретных ситуаций;
- подготовка рефератов, докладов и их обсуждение на учебном занятии;
- творческое задание;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, преддипломной практики, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения практической работы.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<i>129337, г. Москва, Хибинский проезд, дом 6</i>	
Ауд.302,307	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор,
Ауд. 301,401,402	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор,
	...
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы/модуля осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Аниськина, Н. В.:	Модели анализа рекламного текста	учебное пособие	Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М	2019	URL: https://znanium.com/catalog/product/1010657	
2	Высоцкая, И. В.	Современный рекламный текст: прецедентность и интердискурсивность	учебное пособие	Москва : ФЛИНТА,	2022	URL: https://znanium.com/catalog/product/1891380	
3	Иншакова, Н.Г.	Рекламный и пиар-текст: основы редактирования	учеб. пособие для студентов вузов	Москва : Аспект Пресс	2014	URL: https://znanium.com/catalog/product/1038972	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Колокольцева Т.Н.	Рекламный дискурс и рекламный текст	монография	Москва : Флинта	2021	URL: https://znanium.com/catalog/product/1843254	
2	Градюшко А.А.	Основы творческой деятельности веб-журналиста	Учебно-методическое пособие	Минск: БГУ	2019	https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1687407553&tld=ru&lang=ru&name=Hradziushka_digital_journal.pdf	
4	Колесниченко А.В.	Типология мультимедийных лонгридов	Научная статья	Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2022. № 4. С. 3–20. DOI: 10.30547	2022		
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							

10. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

10.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	Научная электронная библиотека https://www.elibrary.ru/defaultx.asp?session=off
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех http://gramota.ru
2.	Национальный корпус русского языка https://ruscorpora.ru
3.	Словари на Академике https://dic.academic.ru

10.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
2.	Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
3.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
4.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры