

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.10.2024 14:21:41
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bfff679172603da5b7b559fc69e2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ
(МГОУ)

Историко-филологический институт
Факультет русской филологии
Кафедра современного русского языка имени профессора П.А. Леканта

Согласовано управлением организации и
контроля качества образовательной деятельности
«22» июня 2021 г.
Начальник управления

/ Г.Е. Суслин /

Одобрено
учебно-методическим советом
Протокол «22» июня 2021 г. №5

Председатель

/ О.А. Шестакова /

Рабочая программа дисциплины

Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки
45.03.01 Филология

Профиль:
Реклама и связи с общественностью

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Согласовано
учебно-методической комиссией
Историко-филологического института:
«17» июня 2021 г. w10
Председатель УМКом

/ О.Н. Шапарина /

Рекомендовано
кафедрой современного русского языка
имени профессора П.А. Леканта
Протокол от «10» июня 2021 г. №16
Зав. кафедрой

/ Т.Е. Шаповалова /

Мытищи
2021

Автор-составитель:

Орехова Елена Николаевна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры современного русского языка имени профессора П.А. Леканта

Рабочая программа дисциплины «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 45.03.01 Филология, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 12.08.2020 г. № 986.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) и является элективной.

Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

Год начала подготовки 2021

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Планируемые результаты обучения	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
3. Объем и содержание дисциплины	8
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	9
5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	11
6. Учебно-методическое и ресурсное обеспечение дисциплины	26
7. Методические указания по освоению дисциплины	28
8. Информационные технологии для осуществления образовательного процесса по дисциплине	29
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	29

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» является формирование профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 45.03.01 «Филология», с учетом особенностей направления подготовки по профилю «Реклама и связи с общественностью», развитие коммуникационных и психологических, креативных качеств; формирование представлений о лингвистических методах, помогающих копирайтеру и PR-специалисту в успешном изучении языка целевой аудитории, в эффективном осуществлении коммуникации в сфере рекламы и PR.

Целью изучения дисциплины «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» является обеспечение достаточного научно-теоретического уровня подготовки студентов в сфере рекламы и PR, овладение умением грамотно использовать лингвистические методы в процессе создания рекламных и PR-текстов, навыками анализа целевой аудитории с учетом изучаемых методов, а также стилистически ориентированного употребления языковых ресурсов.

Задачи изучения курса:

- дать студентам комплексное представление о социолингвистических и лингвопсихологических методах, обеспечивающих процессы исследования и создания рекламных и PR-текстов;
- научить студентов использовать полученные теоретические знания в будущей работе копирайтера и специалиста PR;
- углубить представление о рекламном тексте на основе его разноаспектного изучения: социолингвистического, герменевтического, лингвопсихологического;
- развить умение самостоятельно работать с учебной, научной, методической и справочной литературой;
- выработать на основе овладения методологическими основами и методическими принципами навыки разноаспектного языковых единиц с учетом их структуры, семантики и выполняемых рекламном и PR-тексте функций;
- развить интерес к креативной деятельности, языковой игре, экспрессивным приёмам использования русского языка в целях создания актуальных текстов рекламы и PR; способствовать формированию лингвистического мышления и расширению филологического кругозора;
- ознакомить студентов с методикой научных исследований рекламных и PR-текстов и подготовить к ведению в будущем самостоятельной работы в области профессиональных интересов согласно направлению и профилю подготовки.

Изучение курса «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с

общественностью» способствует патриотическому, интернациональному, нравственному, эстетическому воспитанию студентов, а также раскрывает возможности для развития языковой личности копирайтера, специалиста PR, публициста. Все сказанное определяет **актуальность** курса.

1.2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

ДПК-5: способен осуществлять редакторскую деятельность по подготовке медиатекста, обеспечивать создание и эффективное управление процесса модерации, разрабатывать и реализовывать комплекс мер и подходов к управлению Интернет-ресурсами;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) и является элективной.

Дисциплина «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» является одной из ведущих в системе лингвистических дисциплин, предусмотренных учебным планом университета для подготовки бакалавра, который, согласно квалификационной характеристике, должен быть готов к осуществлению филологической деятельности как копирайтер и PR-специалист. Курс «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» координируется с другими курсами («Современный русский язык», «Стилистика», «Введение в теорию коммуникации»), опирается на них и в то же время сам является базой для изучаемых параллельно или после него курсов, в том числе «Язык и стиль СМИ», «Основы копирайтинга».

Курс «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» представляет собой комплексное описание лингвистических методов, актуальных при создании и изучении медиатекстов, содержит сведения, необходимые для копирайтера, PR-специалиста, шире – филолога, которые излагаются под углом зрения профессиональной подготовки. Он опирается на тот научный материал, который является наиболее признанным и проверенным опытом описания особенностей языка рекламы, а также текстов PR.

Курс «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» входит своими элементами в содержание выпускного квалификационного (государственного) экзамена при итоговой аттестации бакалавров.

3. ОБЪЁМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем дисциплины

Показатель объема дисциплины	Форма обучения
------------------------------	----------------

	Очная
Объем дисциплины в зачетных единицах	3
Объем дисциплины в часах	108
Контактная работа:	36,2
Лекции	14
Практические	22 (4 ¹)
Контактные часы на промежуточную аттестацию:	0,2
Зачет	0,2
Самостоятельная работа	64
Контроль	7,8

Форма промежуточной аттестации – зачет в 3 семестре

2. Содержание дисциплины

По очной форме обучения

Наименование разделов (тем) Дисциплины с кратким содержанием		
	Лекции	Практические занятия
Тема 1. Лингвистическая социометрия: социолингвистический и лингвосоциологический подходы.	2	4
Тема 2. Социально-коммуникативный анализ текста.	2	2
Тема 3. Социолингвистический анализ текста.	2	2
Тема 4. Текст как объект герменевтики.	2	2
Тема 5. Лингвосоционический метод исследования текста.	2	4
Тема 6. Лингвосоционическая методика создания рекламного текста.	2	4 (2 ²)
Тема 7. Лингвосоционическая методика создания PR-текста.	2	4 (2 ³)
Итого	14	22 (4⁴)

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Самостоятельная работа студентов в процессе изучения курса предполагает ознакомление с учебной, научной и учебно-методической литературой, словарями русского языка различных типов, энциклопедиями, ресурсами Интернет-сети; выполнение письменных домашних заданий; конспектирование научных источников; подготовку докладов и устных сообщений по результатам самостоятельного изучения ряда вопросов.

Контроль преподавателем осуществляется в ходе лекционных,

¹ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

² Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

³ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

⁴ Реализуется в формате электронного обучения с применением дистанционных образовательных технологий.

практических занятий в виде индивидуального собеседования, опроса, заслушивания докладов и сообщений, выборочной проверки письменных домашних работ, тестирования; окончательный контроль осуществляется на зачете.

Темы для самостоятельного изучения	Изучаемые вопросы	Количество часов	Формы самостоятельной работы	Методические обеспечения	Формы отчетности
Текст и целевая аудитория.	Понятие целевой аудитории.	6	Реферирование, конспект литературы.	Литература по основному и дополнительному списку	Конспект
Индикатор – операционная единица анализа текста.	Виды индикаторов: индикаторы социального статуса, профессии, образования, пола, возраста, места жительства.	8	Реферирование, конспект литературы	Литература по основному и дополнительному списку	Конспект Реферат
Маркер – операционная единица анализа текста.	Речевое поведение целевой аудитории и языковые стереотипы. Методика социолингвистического анализа текста: вычленение и анализ маркеров социальных ролей.	4	Подготовка доклада, реферирование. Работа с использованием Интернета	Литература по основному и дополнительному списку	Доклад (выступление), реферат, конспект.
Понимание как вид коммуникативной деятельности.	Герменевтическая ситуация и коммуникативный акт: интегральные и дифференциальные признаки	6	Реферирование, конспект литературы	Литература по дополнительному списку	Письменные ответы на вопросы, тест
Герменевтический опыт.	Герменевтическая позиция: внешняя и внутренняя.	4	Реферирование, конспект литературы	Литература по основному списку	Реферат
Способы организации	Правило герменевтического	6	Реферирование, конспект	Литература по основному и	Реферат

герменевтический деятельности.	кого круга, постановка герменевтических вопросов, поиск ответов и герменевтическое решение		литературы	дополнительном у списке,	
Типология понимания.	Семантизирующее, когнитивное, смысловое понимание.	6	Реферирование, конспект литературы	Литература по основному и дополнительному у списку	Конспект Реферат Доклад
Коммуникативная ситуация и действительность.	Эмпирические и рефлексивные аспекты коммуникативной ситуации. Психические функции и психологические типы личности по К. Юнгу.	4	Работа с использованием Интернета. Анализ языкового материала	Литература по основному и дополнительному у списку	Доклад (выступление)
Шкалы и шкалирование как психометрический метод и его лингвистические корреляты.	Экстраверсия-интроверсия, рациональность-иррациональность, мышление-эмоция, ощущение-интуиция.	6	Реферирование, доклады	Литература по основному и дополнительному у списку. Работа в Интернете	Доклад (выступление).
Соционическая типология рекламы.	Аргументирующая, эмоциональная чувственная, интуитивная (образная, метафорическая) реклама. Создание рекламы с использованием лингвосоционической методики.	8	Доклады Анализ языкового материала	Литература по основному и дополнительному у списку. Работа в Интернете	Доклад
PR-тексты и лингвосоционика.	Возможности использования лингвистическ	6	Реферирование, конспект литературы	Литература по дополнительному у списку,	Реферат Конспект

	их методов исследования PR-текстов. Лингвосоциометрические, лингвopsихометрические методы в профессиональном арсенале специалиста по связям с специалистом по связям с общественностью.			речевой материал	
ИТОГО		64			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования компетенции
<i>ДПК-5: способен осуществлять редакторскую деятельность по подготовке медиатекста, обеспечивать создание и эффективное управление процесса модерации, разрабатывать и реализовывать комплекс мер и подходов к управлению Интернет-ресурсами.</i>	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа

5.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
ДПК-5	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	<i>Знать:</i> комплекс лингвистических методов, эффективных при изучении создании рекламных и PR-текстов <i>Уметь:</i> исследовать речь целевой аудитории рекламных и PR-	Доклады и рефераты, зачет.	41-60

			текстов		
	Продвинутый		<i>Знать:</i> принципы организации, ведущие интенции рекламных и PR-текстов с учетом социолингвистического, герменевтического, лингвосоционического подходов; <i>Уметь:</i> квалифицировать в рекламном и PR-тексте социальные, психологические и коммуникативные характеристики участников общения <i>Владеть:</i> навыками исследования и создания рекламных и PR-текстов по социолингвистической, герменевтической, лингвосоционической методике.	Устный опрос, индивидуальное собеседование, доклады и рефераты. Тесты. Зачет	61-100

5.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные темы для устного опроса и индивидуального собеседования

1. Лингвистическая социометрия: социолингвистический и лингвосоциологический подходы.
2. Виды индикаторов в рекламном и PR-тексте.
3. Маркер – операционная единица анализа текста.
4. Речевое поведение целевой аудитории и языковые стереотипы.
5. Герменевтический аспект изучения рекламных и PR-текстов.
6. Семантизирующее понимание и стилистика декодирования.
7. Смысловое понимание и интертекст в концепции И.П. Смирнова.
8. Когнитивное понимание и концепция Б.Гаспарова.
9. Психические функции и психологические типы личности по К. Юнгу.
10. Создание рекламы с использованием лингвосоционической методики.
11. Лингвосоциометрические, лингвопсихометрические методы в профессиональном арсенале специалиста по связям с общественностью.

Примерные темы для рефератов

1. Текст и целевая аудитория.
2. Социально-коммуникативный анализ текста.
3. Социолингвистический анализ текста.
4. Соционическая типология рекламы.
5. PR-тексты и лингвосоционика.
6. Языковые стереотипы и речевое поведение целевой аудитории.
7. Текст как объект герменевтики.
8. Лингвистические корреляты психологических установок личности.
9. Нейминг и психилингвистическая методика анализа рекламных текстов.
10. Слоган и психилингвистическая методика анализа рекламных текстов.

Примерные темы для докладов

1. Лингвосоциометрические, лингвopsихометрические методы в профессиональном арсенале специалиста по связям с общественностью.
2. Шкалы и шкалирование как психометрический метод.
3. Общие закономерности герменевтического процесса.
4. Семантизирующее понимание.
5. Когнитивное понимание.
6. Смысловое понимание.
7. Понимание как вид коммуникативной деятельности.
8. Социолингвистический анализ текста.
9. Социально-коммуникативный анализ текста.
10. Лингвистическая социометрия.

Примеры тестов по дисциплине

1. В рамках социолингвистического подхода в медиатексте изучаются:

- А) процессы понимания;
- +Б) индикаторы и маркеры
- В) языковая игра
- Г) стилистика декодирования

2. В рамках герменевтического подхода в медиатексте изучаются:

- +А) типология понимания;
- Б) типология рекламы;
- В) типы речевого поведения;
- Г) метод шкалирования.

3. Основоположником научной школы стилистики декодирования является:

- А) Б.Гаспаров;
- Б) И. Смирнов;
- В) К.Юнг;
- Г) И.Арнольд.

5. В рамках лингвосоционического подхода в медиатексте рассматриваются:

- +А) шкалы и шкалирование;
- Б) индикаторы и маркеры;
- В) стратегия и техника интерпретации;
- В) интертекст.

Примерные вопросы для проведения зачета

1. Лингвистическая социометрия: социолингвистический и лингвосоциологический подходы.
2. Лингвистическая социометрия. Текст и целевая аудитория.
3. Социально-коммуникативный анализ текста. Индикатор – операционная единица анализа текста.
4. Виды индикаторов: индикаторы социального статуса, профессии, образования, пола, возраста, места жительства.
5. Социолингвистический анализ текста. Маркер – операционная единица анализа текста.
6. Речевое поведение целевой аудитории и языковые стереотипы.
7. Методика социолингвистического анализа текста: вычленение и анализ маркеров социальных ролей.
8. Текст как объект герменевтики. Понимание как вид коммуникативной деятельности.
9. Герменевтическая ситуация и коммуникативный акт: интегральные и дифференциальные признаки.
10. Понимание как процесс, результат, мотив, способность; связь процесса понимания с мышлением, знанием, сознанием.
11. Коммуникативный и герменевтический процессы. Герменевтический опыт. Герменевтическая позиция: внешняя и внутренняя.
12. Способы организации герменевтической деятельности: правило герменевтического круга, постановка герменевтических вопросов, поиск ответов и герменевтическое решение.
13. Общие закономерности герменевтического процесса. Типология понимания: семантизирующее, когнитивное, смысловое.
14. Понятие герменевтической методологии, ее составные части: выбор подхода к тексту и стратегии его интерпретации, отбор понятий и методических категорий. Выбор техники понимания: условия адекватности.
15. Семантизирующее понимание и стилистика декодирования (И.В. Арнольд).
16. Когнитивное понимание и концепция Б.Гаспарова.
17. Смысловое понимание и интертекст в концепции И.П. Смирнова.
18. Лингвосоционический метод исследования текста. Коммуникативная ситуация и действительность: эмпирические и рефлексивные аспекты коммуникативной ситуации.
19. Психические функции и психологические типы личности по К. Юнгу.
20. Шкалы и шкалирование как психометрический метод и его лингвистические корреляты: экстраверсия-интроверсия, рациональность-иррациональность, мышление-эмоция, ощущение-интуиция.
21. Соционическая типология рекламы: аргументирующая, эмоциональная, чувственная, интуитивная (образная, метафорическая) реклама.
22. Создание рекламы с использованием лингвосоционической методики.
23. PR-тексты и лингвосоционика. Возможности использования лингвистических методов исследования PR-текстов.

24. Лингвосоциометрические, лингвopsихометрические методы в профессиональном арсенале специалиста по связям с общественностью.

5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Итоговая шкала оценивания включает «базовую», «сверхбазовую» и «вариативную» части.

Базовая часть (пороговый уровень сформированности) включает в себя оценённые в баллах различные виды работ бакалавра, предусмотренные данной программой, выполнение которых даёт возможность набрать более 40 баллов.

Сверхбазовая часть (продвинутый уровень сформированности) включает в себя оценённые в баллах все виды работ бакалавра, предусмотренные данной программой (в т.ч и работы базовой части). Выполнение всех видов работ даёт возможность набрать более 60 баллов.

Вариативная часть (ниже порогового уровня сформированности) предусмотрена на тот случай, когда студент не набирает достаточное количество баллов.

БАЗОВАЯ ЧАСТЬ			
<i>Вид контроля</i>	<i>Тема /форма аттестационной работы</i>	<i>Мин кол-во баллов</i>	<i>Макс кол-во баллов</i>
Контроль посещаемости	Посещение практических занятий	2	18
Контроль работы на занятиях	Контроль работы на практических занятиях	9	28
Рубежный контроль	Тестирование	9	14
Всего за семестр		20	60

Посещение каждого занятия оценивается (100% -80% посещаемость – 18-10б., 70-40% -9-3б., 30-0% - 2-0б.).

Контроль работы на практических занятиях предполагает оценку устных ответов на поставленные вопросы (100% -80% правильных ответов – 28-20б., 70-40% -19-10-б., 30-0% - 9-0б.).

Преподавание дисциплины «Лингвистическая методология в сфере рекламы и связей с общественностью» предполагает следующие **формы учебной деятельности**: лекции, практические занятия, самостоятельную и индивидуальную работу.

Главное внимание в **лекционном курсе** должно быть уделено лингвистическим методам в анализе рекламных и PR-текстов, которые занимают важнейшее место в современном коммуникативном пространстве. В результате освоения дисциплины студенты должны сформировать системное представление о лингвистической методологии в сфере рекламы и СО, о роли лингвистических методов в процессе создания и изучения рекламных и PR-текстов.

Практические занятия должны быть посвящены главным образом выработке навыков анализа материала медиатекстов по социолингвистической, герменевтической, лингвосоционической методике; изучению и созданию рекламных и PR-текстов с учетом языковых ожиданий и языковых стереотипов целевой аудитории медиатекста.

Контроль работы на **практических занятиях** предполагает оценку устных ответов на поставленные вопросы. Ответы можно оценивать по четырём важнейшим параметрам (каждый по 1 баллу): знание фактического материала по обсуждаемому вопросу; умение показывать причинно-следственные связи; владение дополнительной литературой; способность убедительно отстаивать свою точку зрения и уважительно вести дискуссию.

Процесс формирования компетенций студентов не может быть полноценным без продуманной системы средств их измерения и оценивания. Наиболее эффективные средства измерения компетенций обучающихся: рефераты, тесты минимальной компетентности, портфолио.

Тестирование проводится по мере прохождения половины изучаемого курса. Комплект тестов разрабатывается преподавателем, ведущим дисциплину. При оценивании выполнения тестов следует учитывать, что, поскольку тесты на компетентность чаще всего критериально-ориентированные (в качестве критерия рассматриваются знания, умения и компетенции, которые должны быть сформированы у обучающегося), то показателем уровня сформированности компетенций можно считать выполнение заданий теста на 60%. Проведение тестирования призвано закрепить результаты учебной работы и сформировать индивидуальную траекторию подготовки студентов к промежуточному контролю.

Устный опрос/ индивидуальное собеседование – форма контроля, предполагающая групповое / индивидуальное обсуждение под руководством преподавателя достаточно широкого круга проблем. Как форма контроля опрос позволяет преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов целой группы по данному разделу курса.

Требования к опросу и индивидуальному собеседованию:

- овладение студентами навыком обобщения изученных тем лекционного курса и научной литературы;
- умение оперировать научными терминами и понятиями;
- умение аргументировать своё мнение, тем самым представлять глубину осознания и усвоения материала.

Шкала оценивания устного опроса и индивидуального собеседования

Критерии оценивания	Высокий	Оптимальный	Удовлетворит.	Неудовлетворит.
Уровень усвоения материала, предусмотренного программой	5	4	3	2

Умение выполнять задания, предусмотренные программой	5	4	3	2
Уровень знакомства с литературой, предусмотренной программой	5	4	3	2
Уровень знакомства с интернет-ресурсами, предусмотренными программой	5	4	3	2
Уровень раскрытия причинно-следственных связей	5	4	3	2
Уровень самостоятельности в формулировке выводов	5	4	3	2
Всего	5	4	3	0-2

Методические рекомендации к составлению конспекта

Проверка **конспекта** практикуется один раз за время изучения дисциплины. Содержание конспекта оценивается от 0 до 4 баллов, в зависимости от уровня осмысления материала, предложенного студентам для самостоятельного изучения (высший – 6 баллов, высокий – 5 баллов, оптимальный – 4 балла, удовлетворительный – 3 балла, неудовлетворительный – 2 балла, низкий – 1 балл, отсутствие конспекта – 0 баллов).

Методические рекомендации к составлению конспекта

Конспектирование предполагает письменную фиксацию информации, в виде краткого изложения основного содержания научного текста. Целью конспектирования является составление записи, позволяющей студенту с нужной полнотой восстановить полученную из научного источника информацию. Эффективной формой является составление тезисного конспекта, представляющего собой кратко сформулированные основные мысли изучаемого материала. Основными требованиями к составлению конспекта является:

- запись выходных данных источника;
- соответствие представленного в конспекте материала основным положениям выбранного источника;
- чёткая формулировка основных мыслей источника;
- усвоение содержания законспектированного научного исследования.

Шкала оценивания конспекта

Уровни оценивания	Содержание	Баллы
4	Ключевая идея конспектируемого материала отражена в конспекте полностью, что показывает глубокое понимание содержания конспектируемого текста	12-15
3	Основная идея конспектируемого материала показана, однако понимание ее вызывает сомнение	10-12
2	Идея конспектируемого ясна, но ее понимания автором нет, конспект сделан шаблонно.	6-9
1	Идея конспектируемого материала не полностью представлена, отсутствует его понимание автором, наличие ошибок в изложенном материале.	3-5
0	Конспектируемый материал недостаточен, идеи первоисточника не отражены	0-2

<i>Вид контроля</i>	<i>Тема /форма аттестационной работы</i>	<i>Мин кол-во баллов</i>	<i>Макс кол-во баллов</i>
Контроль самостоятельной работы	Проверка материалов докладов	0	20
	Проверка конспектов	0	20
Всего		0	40

Для оценивания интегрированных и практико-ориентированных заданий используются несколько критериев, оцениваемых в 15-20 баллов (0 – признак не сформирован, 1-7 балл – чётко не выражен, 8-14 балла – выражен чётко; 15-20 – критерии выполнения творчески переосмыслены студентом).

Шкала оценивания доклада

Вид оцениваемой Деятельности	Уровни оценивания			
	Минимальный	Удовлетворит.	Оптимальный	Высокий
Формулирование представленной информации в виде проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и / или выводы необоснованны	Проблема раскрыта. Проведён анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и / или обоснованы студентом.	Проблема раскрыта полностью. Проведён анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы.
Предложение способа решения проблемы	Способ решения не представлен.	Информация не систематизирована. Не используются профессиональные термины	Информация систематизирована. Нарушены некоторые логические связи.	Способ решения представлен логично и последовательно. Использованы 5 и более профессиональных терминов.
Демонстрация способа решения проблемы	Не использованы современные технологии.	Технологии использованы частично	Используются технологии, но есть ошибки.	Информация продемонстрирована без ошибок, с использованием широкого спектра технических возможностей.
Всего баллов	0	1-7	8-14	15-20

Самостоятельная работа предусматривает не только выполнение обязательных для всех домашних заданий к практическим занятиям, к зачету, но и чтение дополнительной литературы, усвоение видео- и аудиолекций ведущих ученых страны, выполнение заданий исследовательского характера, привлечение различного рода словарей. Индивидуальная работа должна учитывать различную степень лингвистической и общекультурной подготовки студентов, их отношение к предмету.

Контролируемая самостоятельная работа включается в план самостоятельной работы каждого студента в обязательном порядке. Студент, приступающий к изучению дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной и контролируемой самостоятельной работы.

Контроль над самостоятельной работой студентов осуществляется в виде: текущей работы с лекционным материалом, предусматривающей проработку конспекта лекций и учебной литературы; изучения материала, вынесенного на самостоятельную проработку; подбора и обзора литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме дисциплины; подготовки реферата.

Критерии оценивания самостоятельной работы:

- умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать информацию из самостоятельно найденных теоретических источников (0-5 баллов);
- умение собирать, систематизировать, анализировать и грамотно использовать практический материал для иллюстраций теоретических положений (0-5 баллов);
- умение самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов, технологий (0-5 баллов);
- умение ясно, четко, логично и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы (0-5 баллов);
- умение пользоваться ресурсами глобальной сети (0-5 баллов)

ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ			
Форма аттестационной работы	Тема /форма аттестационной работы	Мин Кол-во баллов	Макс Кол-во баллов
Обзор аудио- и видеолекций по курсу.	Оценка реферата на самостоятельно выбранную студентом тему (по согласованию с преподавателем).	0	20
Подготовка презентации	Презентация по самостоятельно выбранной студентом (в начале семестра) теме (по согласованию с преподавателем)	0	20
Всего за семестр			40

Методические рекомендации к подготовке реферата

При написании реферата студенту необходимо:

- а) отобрать учебную и научную литературу по вопросу исследования;
- б) составить план реферата, в котором следует отразить: *введение*, в котором ставится цель и задачи исследования; *историю и теорию вопроса* (которая может являться составной частью введения или представлять самостоятельную главу); *основную часть работы*; *заключение*, в котором подводятся итоги исследования, а также освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса; *список литературы, лексикографических источников; приложение* (словник, картотека, таблицы, схемы и т. п.).

в) при описательном характере темы исследования необходимо осветить точки зрения на проблему ученых, выделить распространенный взгляд на существо проблемы, представить свою точку зрения;

г) если анализируется конкретный языковой материал, следует его отобрать из определенных источников, классифицировать по одному или нескольким признакам, описать классификацию, сделать выводы по проведенному анализу;

д) если реферат предполагает использование словарей, выписываются данные словарей, они сравниваются с данными собственных наблюдений, в заключение делаются выводы;

е) в работе с текстом языковой материал, извлеченный из текста, анализируется в системной интерпретации, при этом вначале исследуется фонетико-фонологический уровень языковых единиц, затем лексико-фразеологический, далее – грамматический;

ж) в Заключение подводятся итоги исследования, освещается перспектива дальнейшего изучения проблемы, темы, вопроса.

Шкала оценивания реферата

Уровни оценивания	Содержание	Баллы
4	Ключевая идея выбранной темы отражена полностью, что показывает глубокое понимание содержания реферируемого текста	12-15
3	Основная идея показана, однако понимание ее вызывает сомнение	10-12
2	Идея ясна, но ее понимания автором нет, реферат сделан шаблонно.	6-9
1	Идея статьи с трудом просматривается, отсутствует понимание ее автором, наличие ошибок в изложенном материале.	3-5
0	Реферируемый материал представлен недостаточно, идея не отражена	0-2

Требования к зачёту

Зачет является проверкой уровня освоения студентами соответствующих теоретических разделов дисциплины, умения проводить анализ различных видов текста, в том числе Интернет-сферы, рекламного текста и текста PR-деятельности с учетом последних достижений теории текста, умения создавать собственное произведение для реализации связи с общественностью в процессе коммуникации, редактировать их; владения терминологией в рамках изучаемой дисциплины, а также навыка владения нормами устной и письменной формы русской литературной речи.

При оценке знаний (зачёт предусмотрен учебным планом о 4 семестре 2 курса) учитывается знание основной терминологии дисциплины, степень усвоения теоретических положений, уровень знания в объёме программы, логика и грамотность изложения вопроса; умение выполнять стилистический анализ текста рекламы; умение ответить на дополнительные вопросы.

«Зачтено» (41-100 баллов): глубокое и прочное усвоение знаний программного материала (умение выделять главное, существенное);

последовательное, логическое обоснованное изложение; правильность формулировок и знание терминов изученных разделов языкознания; умение делать выводы и обобщения (81-100 баллов); достаточно полное знание программного материала; грамотное изложение материала по существу; отсутствие существенных неточностей в формулировке языковедческих понятий; умение сделать вывод; сформированные навыки лингвистического анализа. Однако допускаются некоторые неточности в формулировке понятий (61-80 баллов); общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулировка основных понятий, но – с некоторой неточностью; отсутствие знаний о работах по языку СМИ; слабо сформированные навыки лингвистического анализа (41-60 баллов).

«Не зачтено» (0-40 баллов): незнание значительной части программного материала; существенные ошибки в процессе изложения; неумение выделить существенное и сделать выводы, отсутствие каких-либо навыков стилистического анализа.

В том случае, если студент не может быть допущен к экзамену по итогам занятий в семестре (менее 40 баллов), в зависимости от необходимого количества баллов он выбирает из вариативной части.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература

1. Ильясова, С. В. Язык и стиль современных российских СМИ : учебное пособие для вузов / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – Ростов-на-Дону : ЮФУ, 2019. – 146 с. – Текст : электронный. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927531806.html>
2. Колесниченко, А.В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов: учебник и практикум для вузов. - М. : Юрайт, 2020. - 292с. – Текст: непосредственный.
3. Кормилицына, М. А. Язык СМИ : учеб. пособие / Кормилицына М. А. , Сиротинина О. Б. - 5-е изд. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 92 с. - Текст : электронный. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97859765218581.html>

6.2 Дополнительная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2021. — 345 с. — Текст : электронный. — URL: <https://urait.ru/bcode/475753>
2. Ильясова, С. В. Язык СМИ и рекламы : игра как норма и как аномалия. - Москва : ФЛИНТА, 2016. - 328 с. - Текст : электронный. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976520752.html>
3. Ильясова, С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / Ильясова С. В. , Амири Л. П. - 6-е изд.. - Москва : ФЛИНТА, 2018. -

- 296 с. - Текст : электронный. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97859765082551.html>
4. Кожина, М.Н. Стилистика русского языка : учебник для вузов / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. - 7-е изд. - М. : Флинта, 2018. - 464с. – Текст: непосредственный.
5. Петрова, Н. Е. Язык современных СМИ: средства речевой агрессии / Н. Е. Петрова, Л. В. Рацибурская. – 4-е изд. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 161 с. – Текст: электронный. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=69151>
6. Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке / под ред. М. Н. Володиной. - Москва : Академический Проект, 2020. - 332 с. - Текст : электронный. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126742.html>
7. Язык современной публицистики / сост. Г. Я. Солганик - Москва : ФЛИНТА, 2017. - 232 с. - Текст : электронный. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893497434.html>
8. Язык средств массовой информации : учебное пособие для вузов /под ред. М. Н. Володиной. - Москва : Академический Проект, 2020. - 760 с. - Текст : электронный. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126735.html>

6.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет Электронно-библиотечные системы (ЭБС МГОУ):

К средствам обучения дисциплине относятся:

- специально оборудованная аудитории и компьютерный класс;
- выход в сеть Интернет;
- электронные учебно-методические комплексы библиотеки Московского государственного областного университета;
- <http://feb-web.ru> – Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор» (ФЭБ);
- <http://www.openclass.ru/io> – электронный журнал «Интернет и образование»;
- <http://www.philology.ru> – «Русский филологический портал»;
- <http://www.gramota.ru> – образовательный портал «ГРАМОТА.РУ»;
- http://project.phil.spbu.ru/RussNet/index_ru.shtml – проект «RussNet», тезаурус русского языка;
- <http://www.philol.msu.ru/~lex/corpus> – «Компьютерный корпус текстов русских газет конца XX века»;
- <http://studiorum.ruscorpora.ru/> – образовательный портал Национального корпуса русского языка;
- Сайты, посвященные проблемам русского языка и культуры речи;
- <http://www.gramota.ru> – сайт научных источников;
- Компьютерная контролирующая программа – тестовые задания по курсу "Практическая и функциональная стилистика русского языка"

– Мультимедийный комплекс "Классификация функциональных стилей" (ppt, 610 КБ)

– Мультимедийный комплекс "Практическая стилистика" (ppt, 567 КБ)

– Мультимедийный комплекс "Стиль и тип текста" (ppt, 151 КБ)

Методические рекомендации по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях. М., 2014.

Словари русского языка: Эл. ресурс [http://slovari.yandex.ru/]

<http://litagents.ru> Большая электронная библиотека

<http://www.philology.ru> Русский филологический портал

<http://www.rvb.ru> – «Русская виртуальная библиотека»;

<http://www.gramota.ru> образовательный портал «ГРАМОТА.РУ»;

<http://durov.com/> – сайт российских студентов-филологов.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Методические рекомендации к организации контактной и самостоятельной работы по филологическим дисциплинам, авторы Киселева И.А., Поташова К.А.

8. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

Информационные справочные системы:

Система ГАРАНТ

Система «КонсультантПлюс»

Профессиональные базы данных

fgosvo.ru

pravo.gov.ru

www.edu.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные учебной мебелью, доской;
- помещения для самостоятельной работы, укомплектованные учебной мебелью, персональными компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду МГОУ;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные мебелью (шкафы/стеллажи), наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями.