

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Рукович Александр Владимирович

Должность: Директор

Дата подписания: 13.07.2023 17:08:30

Уникальный программный ключ:

f45eb7c44954саас05ea7d4f32eb8d7d6b3cb96aebd9b4bda094afdda1fb705f

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.К. АММОСОВА»  
Технический институт (филиал) ФГАОУ ВО «СВФУ» в г. Нерюнгри  
Кафедра филологии

Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.04.02 Прикладная филология**  
для программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
45.03.01 Филология

Профиль: Отечественная филология (Русский язык и литература)  
Форма обучения: очная

Автор: Чаунина Н.В., к.филол.н., доцент кафедры филологии, e-mail: chaunin@mail.ru

РЕКОМЕНДОВАНО И.о. заведующего кафедрой филологии <u>ЧЧ</u> Н.В. Чаунина протокол №10 от «24» апреля 2023 г.	ОДОБРЕНО И.о. заведующего кафедрой филологии <u>ЧЧ</u> Н.В. Чаунина протокол №10 от «24» апреля 2023 г.	ПРОВЕРЕНО Нормоконтроль в составе ОПОП пройден Специалист УМО <u>К.А. Кравчук</u> «15» мая 2023 г.
Рекомендовано к утверждению в составе ОПОП Председатель УМС <u>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР</u> протокол УМС № 10 от «15» мая 2023 г.	<u>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЦЕНТР</u> Ученый Д. Д. Ядреева «15» мая 2023 г.	Зав. библиотекой <u>О.Н. Болгова</u> «15» мая 2023 г.

Нерюнгри 2023

**1. АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
 Б1.В.ДВ.04.02 Прикладная филология  
 Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование у обучающихся представлений и умений в области литературного редактирования, знакомство с теоретическими и практическими аспектами психологии массовой коммуникации, формирование навыка создания и редактирования рекламного и PR-текста.

Краткое содержание дисциплины: основы литературного редактирования разностилевых текстов, роль PR в современном обществе; функции, методы и технологии связей с общественностью знакомство с понятиями теории коммуникации; теория и практика создания и редактирования PR-текста и продающего текста;

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

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Универсальные	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) - УК-4	Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном языке РФ в научной, деловой, публичной сферах общения - УК-4.3	Знать: основные понятия культуры речи, риторики, функциональной стилистики; языковые нормы, стилистическую дифференциацию государственного языка РФ, основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации; - условия эффективности устной и письменной речевой коммуникации.	практические занятия, аттестационные работы, контрольная работа
Профессиональные	Способен осуществлять педагогическую деятельность по профильным предметам (дисциплинам, модулям) в рамках программ основного общего и среднего общего образования, среднего профессионального и дополнительного профессионального образования, по	Владеет теоретическими основами профильных дисциплин – ПК-1.4	- основные принципы литературного редактирования текстов. Уметь: использовать необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ, вести устную и письменную деловую коммуникацию, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия	

	<p>программам дополнительного образования детей и взрослых – ПК-1</p>		<p>на государственном языке РФ,  - выбирать стратегию и тактики общения, адекватные коммуникативной ситуации и  - корректировать свое поведение в соответствии с речевой ситуацией профессионального общения и коммуникативным намерением;  - уметь создавать и редактировать тексты разных стилей.</p> <p><b>Владеть методиками и практическими навыками:</b>  составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами, навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах);  базовыми навыками оформления текстов разных стилей, корректуры, редакторской правки текстов различных стилей, в том числе рекламных и PR-текстов</p>	
--	---	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.04.02	Прикладная филология	7	Б1.В.ДВ.03.01 Копирайтинг / Б1.В.ДВ.03.02 Литературное редактирование текста	Б1.В.ДВ.05.02 Основы сценарного мастерства Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 1.4. Язык преподавания: русский

**2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Выписка из учебного плана:

Код и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.04.02 Прикладная филология	
Курс изучения	4	
Семестр(ы) изучения	7	
Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	Зачёт	
Курсовой проект/ курсовая работа (указать вид работы при наличии в учебном плане), семестр выполнения	-	
Трудоемкость (в ЗЕТ)	2	
<b>Трудоемкость (в часах) (сумма строк №1,2,3), в т.ч.:</b>	<b>72</b>	
<b>№1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (КР), в часах:</b>	Объем аудиторной работы, в часах	В т.ч. с применением ДОТ или ЭО, в часах
Объем работы (в часах) (1.1.+1.2.+1.3.):	32	
1.1. Занятия лекционного типа (лекции)	15	
1.2. Занятия семинарского типа, всего, в т.ч.:		
- семинары (практические занятия, коллоквиумы и т.п.)	15	
- лабораторные работы		
- практикумы		
1.3. КСР (контроль самостоятельной работы, консультации)	2	
<b>№2. Самостоятельная работа обучающихся (СРС) (в часах)</b>	<b>40</b>	
<b>№3. Количество часов на экзамен (при наличии экзамена в учебном плане)</b>	<b>-</b>	



текст: общее и особенное											
Способы воздействия на целевую аудиторию	15			1						2	2 (ПЗ) 10 (КР)
ВСЕГО	72	15		15						2	40

### 3.2. Содержание тем программы дисциплины

**Модуль 1.** Текст как предмет работы редактора. Основные характеристики текста. Целостность. Связность, Информативность текста. Методика редакторского анализа. Ознакомительное чтение. Углубленное чтение. Шлифовочное чтение. Виды редакторского чтения. Процесс правки текста. Редакторский анализ текста. Виды правки текста и процесс правки. Правка-вычитка. Правка обработка. Правка переделка.

#### Модуль 2.

Введение в теорию и практику PR. Что такое PR-коммуникация. Задачи публичной коммуникации. Воздействие текстов на массовую аудиторию, специфика составления текста с заданным вектором воздействия и др.

PR-тексты как особый тип текста. Пресс-релиз как основной жанр PR-текста. Информативность, цельность, связанность, структурированность, членимость. Визуальный контент PR-текста. Коммуникативная ситуация. Адресант-Сообщение-Адресат. Функции PR-текстов: воздействующая, информационная. Классификация PR-текстов. Традиционные и электронные. PR-тексты в Интернете. Адаптация текста в Интернет-среде. Мультимедийность PR-текстов. Основы разработки PR-текста: пресс-релиз. Виды пресс-релизов. Функция пресс-релиза. Специфика-составления: принцип перевернутой пирамиды. Семинары по подготовке текстов. Основы разработки PR-текста: приглашение. Приглашение как жанр PR-текста, его виды. Структура и содержание приглашения. Практикум по анализу и подготовке текстов. Бэкграундер. Биография. Поздравление.

#### Модуль 3. Продающие тексты

Что такое реклама? История возникновения, становления и развития рекламы, её роль и значение в современных условиях.

Коммуникационные характеристики рекламы. Прагматическая направленность. Коммуникативные стратегии в рекламе: установка максимального контакта с адресатом текста; адресат должен легко воспринимать текст; дискредитация конкурента; стратегия презентации и самопрезентации; изобразительная стратегия (визуализация действия адресата). Рекламный текст и PR-текст: общее и особенное. Ключевая цель / объем информации/ Основная тема/ стиль/ оформление и др.

Способы воздействия на целевую аудиторию в рекламном тексте. Виды убеждения:

- информирование выстраивается индуктивным или дедуктивным способом
- разъяснение (схематическое раскладывание информации по различным критериям, в большей степени воздействует на память, либо (выстраивается в системе диалога коммуникатора и реципиента с задаванием вопросов реципиенту, ориентировано на мышление)
- доказательство - выстраивание информации по принципу изложения тезиса и аргументации его с помощью фактов, закономерностей и т.д. Для эффективности коммуникатор должен полностью разделять суть тезиса.

Требования к составлению рекламного текста. Манипулятивные технологии.

### 3.3. Формы и методы проведения занятий, применяемые учебные технологии

Процесс изучения дисциплины включает в себя проведение лекционных занятий с использованием презентаций в программе Power Point. Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях,

#### 4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

##### Содержание СРС

№	Наименование раздела (темы) дисциплины	Вид СРС	Трудоемкость (в часах)	Формы и методы контроля
1	<b>Модуль 1.</b> Текст как предмет работы редактора	Составление списка научной литературы	2	Список научной литературы по теме доклада
	Методика редакторского анализа	Реферирование научной статьи по теме доклада	2	Аннотация к научной статье по теме доклада
	Виды редакторского чтения	Конспект	2	Наличие практических навыков поиска информации
	Виды правки текста и процесс правки	Разработка текста доклада	2	Доклад, электронная презентация
2	<b>Модуль 2.</b> Введение в теорию и практику PR			
	PR-тексты как особый тип текста		2	
	Классификация PR-текстов	конспект	2	
	PR-тексты в Интернете	Конспектирование	2	Конспект
	Основы разработки PR-текста: пресс-релиз	Разработка макета пресс-релиза	2	Макет пресс-релиза
	Основы разработки PR-текста: приглашение	Разработка макета приглашения	2	Макет информационного письма
	Бэкграундер	Разработка макета	2	Макет
	Биография	Разработка макета	3	Макет
	Поздравление	практикум	3	составление и редактирование поздравления
3	<b>Модуль 3. Продающие тексты</b>	Обучающее конспектирование Практическая работа – анализ продающих текстов.	3	Контроль входящих знаний, проверка письменной работы
	Что такое реклама?	Обучающее конспектирование	3	Текущий контроль,

		Практическая работа – анализ рекламного текста Подготовка к практическому занятию (работа с литературой, материалами). Сбор информации по теме, подготовка сообщения		проверка письменной работы
	Коммуникационные характеристики рекламы	Анализ, подготовка и редактирование материалов для Интернет-издания	3	Текущий контроль, проверка письменной работы
	Рекламный текст и PR-текст: общее и особенное	Подготовка, выполнение творческой (проверочной) работы: Участие в презентации.	3	Промежуточный контроль, проверка письменной работы
	Способы воздействия на целевую аудиторию	Презентация	2	Подготовка презентации и сообщение
			40	

### Работа на практическом занятии

Изучение дисциплины осуществляется в рамках аудиторных занятий (лекционных и практических) и СРС. На семинарских/практических занятиях изучается материал, который не рассматривается на лекциях, в целях более рационального использования аудиторного времени студента.

Критерии оценки работы на семинарских (практических) занятиях: владение теоретическим материалом, умение составлять конспекты по теме, выполнение практических заданий.

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к практическим занятиям: проработку конспектов лекций, обязательной и дополнительной учебной литературы в соответствии с планом занятия (материал не излагается на лекциях); предполагает составление конспектов по отдельным темам.

Основной формой проверки СРС является устный фронтальный опрос на практическом занятии (в отдельных случаях требуется выполнить работу в письменной форме).

При подготовке к практическим занятиям можно пользоваться следующим алгоритмом:

1. Прочитать вопросы к данному занятию.
2. Подготовить материал согласно списку рекомендованной литературы.
3. Изучить подобранный материал.
4. Законспектировать необходимую информацию.
5. Выполнить практические задания.
6. Проверить себя по перечню вопросов к занятию.

**Критерии оценки работы на практических занятиях:** владение теоретическими положениями по теме; умение систематизировать теоретический и практический материал, сопоставлять различные точки зрения и определять свое отношение к ним, приводить примеры. Кроме того, приветствуется дополнение уже прозвучавших на занятии ответов.

Максимальный балл, который студент может набрать на практическом занятии, - 10 баллов.

10 б. – дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком с использованием современной литературоведческой терминологии. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа. В практическом задании может быть допущена 1 фактическая ошибка.

8 б. – дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием современной терминологии. Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя. В практическом задании могут быть допущены 2-3 фактические ошибки.

6 б. – дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. В практическом задании могут быть допущены 4-5 фактических ошибок.

0 б. – ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими вопросами занятия. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная, терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента. В практическом задании допущено более 5 фактических ошибок. При отказе от ответа или полном его отсутствии также ставится «0».

### **Типовые задания для практических работ:**

1. Сделать обзор источников по литературному редактированию.
2. Речевые ошибки в тексте (научный, официально-деловой, публицистический).
3. Сформулируйте основную мысль рекламного текста.
4. Определите наиболее эффективный печатный рекламоноситель и разработайте оригинал-макет печатной рекламы.
5. Напишите заметку на тему «Как я делал рекламу».

### **Тематика докладов:**

1. Имидж политика: анализ современной практики.
2. Туристический имидж Якутии.
3. Коммуникации и PR-поддержка российского политического субъекта (партии).
4. Репутация компании и ее корпоративная культура.

5. Особенности PR в государственных органах власти.
6. Особенности PR в коммерческом секторе.
7. Особенности PR субъектов социокультурной сферы.
8. Пресс-кит в PR-коммуникации
9. Реклама как манипулятивный процесс коммуникации между производителем и потребителем
10. Информационно-психологическое воздействия в СМИ и PR-технологиях
11. Искажение информации как средство манипуляции в PR технологиях

### **План подготовки публичного выступления:**

1. составить план публичного выступления:
  - определите мотивацию слушания людьми вашего выступления (для чего это им нужно? Что полезного или интересного они узнают для себя?);
  - выделите главную идею вашей речи;
  - разделите вашу идею на несколько составных частей;
  - определите ключевые слова, которые вы повторите несколько раз, чтобы присутствующие лучше запомнили, о чем вы им рассказываете;
  - продумайте план и структуру будущей речи (введение, основная часть и выводы).
2. заполнить содержанием план выступления:
  - подготовьте необходимые схемы, иллюстрации, графики для зрительного закрепления информации;
  - определите момент в ходе выступления, когда вы обратитесь к аудитории с каким-то вопросом, с просьбой что-то назвать, пересчитать — это поможет присутствующим сконцентрировать свое внимание на обсуждении темы и значительно повысит эффективность восприятия вашего материала;
  - напишите полный текст (особо уделите внимание его началу и окончанию).

Особенностью введения является то, что аудитория по нему очень быстро составит впечатление о вас, и это впечатление будет доминировать на протяжении всего выступления. Если во вступительной части допустить ошибки, их тяжело будет исправить. Важно с самого начала заинтересовать публику. Для этого во вступительной части можно использовать какую-либо остроумную шутку, рассказать интересный факт или вспомнить выдающееся историческое событие, обязательно связывая их с темой выступления. Заключительная часть публичного выступления предусматривает подведение итогов. В окончании нужно напомнить ключевые проблемы, затронутые в речи, обязательно повторить все основные идеи.

### **Структура устного выступления:**

**Вступление. Цель:** демонстрация значения темы, ее важности для слушателей:

- 1-2 примера по теме выступления из жизни (рекламы, связей с общественностью, менеджмента и т. д.), свидетельствующие о наличии проблемы, требующей анализа в выступлении;

#### **Заключение:**

- какие теоретические выводы вытекают из всего сказанного?
- какие практические выводы можно сделать?
- каковы конкретные задачи слушателей в результате этих выводов?

### **Контрольная работа**

Контрольная работа представляет собой эссе на одну из предложенных тем.

Примерные темы:

1. «Реклама - то слово в политике, слово в обществе, слово в морали» (Ж. Сигел).
2. Как написать PR-текст
3. Технологии манипулирования в рекламе: за или против?
4. PR-текст: сущность и возможности

Критерии оценки:

- 1) четко сформулированное понимание проблемы и ясно выраженное отношение к ней;
- 2) логически соединенные в единое повествование термины, понятия, теоретические обобщения, относящиеся к раскрываемой проблеме;
- 3) четкая аргументация, доказывающая позицию автора;
- 4) оригинальность (самостоятельность);
- 5) соблюдение норм СРЛЯ.

За каждый критерий студент может набрать 5 б. Максимальный балл за работу – 25 б.

### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для помощи обучающимся в успешном освоении дисциплины в соответствии с запланированными видами учебной и самостоятельной работы обучающихся:

1. Учебно-методический комплекс по дисциплине Б1.В.ДВ.04.02 Прикладная филология, включающий методические указания для обучающихся по освоению дисциплины размещены в СДО Moodle: <http://moodle.nfygu.ru/course/view.php?id=13472>

#### Рейтинговый регламент по дисциплине:

№	Вид выполняемой учебной работы (контролирующие материалы)		Количество баллов (min)	Количество баллов (max)	Примечание
	Испытания / Формы СРС	Время, час			
1.	Работа на практическом занятии	7,5*4 ч. = 30 ч.	45 б.	7,5*10 б. = 75 б.	Проработка вопросов
2.	Контрольная работа	10 ч.	15 б.	25 б.	
<b>Итого за семестр:</b>		<b>40 ч.</b>	<b>60 б.</b>	<b>100 б.</b>	

### 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### 6.1. Показатели, критерии и шкала оценивания

Коды оцениваемых компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Показатель оценивания (по п.1.2.РПД)	Уровни освоения	Критерии оценивания (дескрипторы)	Оценк а

<p>УК-4 ПК-1</p>	<p>Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном языке РФ в научной, деловой, публичной сферах общения - УК-4.3</p> <p>Владеет теоретическими основами профильных дисциплин – ПК-1.4</p>	<p><b>Знать:</b> основные понятия культуры речи, риторики, функциональной стилистики; языковые нормы, стилистическую дифференциацию государственного языка РФ, основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации; - условия эффективности устной и письменной речевой коммуникации. - основные принципы литературного редактирования текстов.</p> <p><b>Уметь:</b> использовать необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ, вести устную и письменную деловую коммуникацию, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ, - выбирать стратегию и тактики общения, адекватные коммуникативной ситуации и - корректировать свое поведение в соответствии с речевой ситуацией профессионального общения</p>	<p>освоено</p>	<p>Студент в течение семестра выполнял все виды работ на минимальном для усвоения и представления знаний уровне. На занятиях давал ответы на поставленный вопрос, показывал умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Работы была структурирована, логична, изложена литературным языком с использованием современной терминологии. Могут быть допущены неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.</p>	<p>зачет</p>
			<p>Не освоены</p>	<p>Студент не посещал практические занятия или не выполнял предусмотренные планом виды работ, так что после курса у него имеются разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения.</p>	<p>незачет</p>

		<p>коммуникативным намерением; - уметь создавать и редактировать тексты разных стилей.</p> <p><b>Владеть методиками и практическими навыками:</b> составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами, навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах); базовыми навыками оформления текстов разных стилей, корректуры, редакторской правки текстов различных стилей, в том числе рекламных и PR-текстов</p>		<p>Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная, терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции работы студента. <i>Или</i> Работа на занятиях и выполнение других видов работ полностью отсутствует <i>Или</i> Отказ от работы на занятиях</p>	
--	--	--	--	--	--

## 6.2. Типовые контрольные задания (вопросы) для текущей аттестации

Согласно «Положению о балльно-рейтинговой системе СВФУ» (СМК-П-2.5-340-18 Версия 4.0, от 21.02.2018 г.), «баллы за зачет складываются из баллов, полученных во время контрольных срезов и рубежного среза. <...> зачет без оценки ставится при наборе не менее 60 баллов».

### Контрольные вопросы по курсу:

1. Текст как предмет работы редактора
2. Текст как объект филологии. Основные характеристики текста

3. Стили русского языка
4. Работа редактора над рукописью
5. Процесс правки текста
6. Методика редакторского анализа
7. Виды редакторского чтения
8. Виды правки текста и процесс правки
9. PR-тексты как особый тип текста
10. Классификация PR-текстов
11. PR-тексты в Интернете
12. Основы разработки PR-текста: пресс-релиз
13. Основы разработки PR-текста: приглашение
14. Основы разработки PR-текста: Бэкграундер
15. Основы разработки PR-текста: Биография
16. Основы разработки PR-текста: Поздравление
17. Продающий/рекламный текст. Специфика функционального содержания
18. Коммуникационные характеристики рекламы
19. Рекламный текст и PR-текст: общее и особенное
20. Способы воздействия на целевую аудиторию

### 6.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Характеристики процедуры	
Вид процедуры	Зачет
Цель процедуры	Выявить степень сформированности компетенции УК-4.3; ПК-1.4
Локальные акты вуза, регламентирующие проведение процедуры	Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся СВФУ, версия 3.0, утверждено ректором СВФУ 19.02.2019 г. <a href="#">Положение о балльно-рейтинговой системе в СВФУ, версия 4.0, утверждено 21.02.2018 г.</a>
Субъекты, на которых направлена процедура	Студенты 4 курса бакалавриата
Период проведения процедуры	Зимняя экзаменационная сессия
Требования к помещениям и материально-техническим средствам	-
Требования к банку оценочных средств	-
Описание проведения процедуры	Баллы за зачет складываются из баллов, полученных во время контрольных срезов и рубежного среза. Зачет без оценки ставится при наборе не менее 60 баллов
Шкалы оценивания результатов	-
Результаты процедуры	В результате сдачи всех заданий для СРС студенту необходимо набрать 60 баллов, чтобы получить зачет.

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

	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной литературы, вид и характеристика иных информационных ресурсов	Наличие грифа, вид грифа	НБ СВФУ, кафедра, библиотека и кол-во экземпляров	Электронные издания: точка доступа к ресурсу (наименование ЭБС, ЭБ СВФУ)
<b>Основная литература</b>				
1	Стилистика и литературное редактирование [Электронный ресурс]: практикум/ — Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИНХ», 2018.— 108 с.			<a href="http://www.iprbookshop.ru/87167.html">http://www.iprbookshop.ru/87167.html</a>
2	Луговой Д.Б. Копирайтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Луговой Д.Б.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017.— 131 с.			<a href="http://www.iprbookshop.ru/75579.html">http://www.iprbookshop.ru/75579.html</a>
<b>Дополнительная литература</b>				
1	Голуб И.Б. Литературное редактирование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Голуб И.Б.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Логос, 2016.— 432 с.			<a href="http://www.iprbookshop.ru/66412.html">http://www.iprbookshop.ru/66412.html</a>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее сеть-Интернет), необходимых для освоения дисциплины**

1. Российская национальная библиотека [сайт]. — URL: <http://www.nlr.ru>
2. Российская ассоциация по связям с общественностью [сайт]. — URL: <http://www.raso.ru>
3. ВААЛ [сайт]. — URL: <http://www.vaal.ru/>

## **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине:**

Наличие аудитории, проектора для демонстрации слайдов, точки выхода в Интернет

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

### 10.1. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии:

- использование на занятиях электронных изданий (чтение лекций с использованием слайд-презентаций, электронного учебного пособия);
- использование специализированных и офисных программ, информационных (справочных) систем;
- организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты.

### 10.2. Перечень программного обеспечения MS WORD, MS PowerPoint, Microsoft Excel

### 10.3. Перечень информационных справочных систем Консультант+

