

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Рукович Александр Владимирович

Должность: Директор

Дата подписания: 15.04.2025 12:09:44

Уникальный программный ключ:

f45eb7c44954caac05ea7d4f32eb0a7d6b3eb9baeb09b45dad94afadaa4b1705f

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 экономических, гуманитарных и общеобразовательных дисциплин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.02 Прикладная филология

для программы бакалавриата

по направлению подготовки

45.03.01 Филология

Направленность (профиль) программы: Отечественная филология (Русский язык и литература)

Форма обучения: очная

Автор: Чаунина Н.В., доцент кафедры ЭГиОД, e-mail: chaunin@mail.ru

<p>РЕКОМЕНДОВАНО</p> <p>Заведующий кафедрой разработчика ЭГиОД _____ / <u>Ахмедов Т.А.</u></p> <p>протокол № 9 от «02» апреля 2025 г.</p>	<p>ОДОБРЕНО</p> <p>Заведующий выпускающей кафедрой ЭГиОД _____ / <u>Ахмедов Т.А.</u></p> <p>протокол № 9 от «02» апреля 2025 г.</p>	<p>ПРОВЕРЕНО</p> <p>Нормоконтроль в составе ОПОП пройден Специалист УМО _____ / <u>Бензиевская К.А.</u></p> <p>« 22 » апреля 2025 г.</p>
<p>Рекомендовано к утверждению в составе ОПОП</p> <p>Председатель УМС _____ / <u>Ядреева Л.Д.</u> протокол УМС № 9 от «24» апреля 2025 г.</p>		<p>Зав. библиотекой _____ / <u>Емельянова К.Н.</u> « 21 » апреля 2025 г.</p>



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 282e0b77c015f2882407c5eb65e7822a198ac29e

Владелец Рукович Александр Владимирович

Действителен с 26.02.2024 по 21.05.2025

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, реферат
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>Владеть методиками и практическими навыками: 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	
Реферат, семестр выполнения	7	
Трудоемкость (в ЗЕТ)	2	
Трудоемкость (в часах) (сумма строк №1,2,3), в т.ч.:	72	
№1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (КР), в часах:	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	
№2. Самостоятельная работа обучающихся (СРС) (в часах)	40	
№3. Количество часов на экзамен (при наличии экзамена в учебном плане)	-	

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

3.1. Распределение часов по темам и видам учебных занятий

Тема	Всего часов	Контактная работа, в часах								Часы СРС
		Лекции	из них с применением ЭО и ДОТ	Семинары (практические занятия, коллоквиумы)	из них с применением ЭО и ДОТ	Лабораторные работы	из них с применением ЭО и ДОТ	Практикумы	из них с применением ЭО и ДОТ	
Модуль 1. Текст как предмет работы редактора	2	2								
Методика редакторского анализа	3			1						2 (ПЗ)
Виды редакторского чтения	3			1						2 (ПЗ)
Виды правки текста и процесс правки	3			1						2 (ПЗ)
Модуль 2. Введение в теорию и практику PR	2	2								
PR-тексты как особый тип текста	2	2								
Классификация PR-текстов. PR-тексты в Интернете	3	3								
Основы разработки PR-текста: пресс-релиз	6			2						4 (ПЗ)
Основы разработки PR-текста: приглашение	6			2						4 (ПЗ)
Бэкграундер	6			2						4 (ПЗ)
Биография	6			2						4 (ПЗ)
Поздравление	6			2						4 (ПЗ)
Модуль 3. Продающие тексты										
Что такое реклама?	2	2								
Коммуникационные характеристики рекламы	4	4								
Рекламный текст и PR-	3			1						2 (ПЗ)

текст: общее и особенное											
Способы воздействия на целевую аудиторию	15			1						2	2 (ПЗ) 10 (Р)
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.	Модуль 1. Текст как предмет работы редактора	Составление списка научной литературы	2	Список научной литературы по теме доклада
2.	Методика редакторского анализа	Реферирование научной статьи по теме доклада	2	Аннотация к научной статье по теме доклада
3.	Виды редакторского чтения	Конспект	2	Наличие практических навыков поиска информации
4.	Виды правки текста и процесс правки	Разработка текста доклада	2	Доклад, электронная презентация
5.	Модуль 2. Введение в теорию и практику PR	Конспект		Конспект
6.	PR-тексты как особый тип текста	Конспект	2	Конспект
7.	Классификация PR-текстов	Конспект	2	Конспект
8.	PR-тексты в Интернете	Конспектирование	2	Конспект
9.	Основы разработки PR-текста: пресс-релиз	Разработка макета пресс-релиза	2	Макет пресс-релиза
10.	Основы разработки PR-текста: приглашение	Разработка макета приглашения	2	Макет информационного письма
11.	Бэкграундер	Разработка макета	2	Макет
12.	Биография	Разработка макета	3	Макет
13.	Поздравление	Практикум	3	Составление и редактирование поздравления
14.	Модуль 3. Продающие тексты	Обучающее конспектирование Практическая работа – анализ продающих текстов.	3	Контроль входящих знаний, проверка письменной работы
15.	Что такое реклама?	Обучающее конспектирование Практическая работа – анализ рекламного	3	Текущий контроль, проверка письменной

		текста Подготовка к практическому занятию (работа с литературой, материалами). Сбор информации по теме, подготовка сообщения		работы
16.	Коммуникационные характеристики рекламы	Анализ, подготовка и редактирование материалов для Интернет-издания	3	Текущий контроль, проверка письменной работы
17.	Рекламный текст и PR-текст: общее и особенное	Подготовка, выполнение творческой (проверочной) работы: Участие в презентации.	3	Промежуточный контроль, проверка письменной работы
18.	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 рекламный носитель 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?

Реферат

Примерные темы:

1. Правовые основы литературного редактирования.
2. Способы верификации фактического материала.
3. Задачи редактора рекламного текста.

4. Работа над композицией рекламного и PR-текста.
5. Практика применения неологизмов в рекламных текстах.
6. Научность и псевдонаучность рекламных текстов.
7. Манипулятивные технологии рекламных и PR-текстов.
8. Креативная значимость архаизмов в рекламных и PR-текстах.
9. Цели использования диалектизмов в PR-текстах.
10. Омонимия как одно из эффективных средств создания рекламного
11. каламбура.
12. Функциональная стилизация как выразительный рекламный прием.
13. Значение заголовка в рекламном и PR-тексте.
14. Средства экспрессивного синтаксиса в современной рекламе.
15. Популярные стилистические приемы современной рекламы.
16. Изобразительный текст и способы его совершенствования.

Критерии оценки реферата (25 баллов):

- 25 баллов – содержание реферата соответствует заявленной теме, тема полностью раскрыта; соблюдена логичность и последовательность в изложении материала, выдержан научный стиль; в тексте нет ошибок; оформление реферата соответствует предъявляемым требованиям.

- 20 баллов – работа выполнена на довольно высоком уровне, допущены незначительные ошибки, нарушающие логику повествования, имеются незначительные стилистические погрешности (смещение стиля);

- 10 баллов – в работе имеются небольшие логические и стилистические ошибки, нарушающие целостность текста, тема в основном раскрыта; в тексте присутствуют 2-4 ошибки; оформление реферата выполнено с нарушениями;

- 6 баллов - в работе имеются логические и стилистические ошибки, нарушающие целостность текста, тема раскрыта на половину или поверхностно; в тексте присутствуют 5-7 ошибок; оформление реферата выполнено с нарушениями;

- 0-3 балла – в работе нарушена логика повествования, что затрудняет понимание мысли автора; присутствуют значительные стилистические и речевые ошибки; тема не раскрыта; в тексте присутствуют 8-10 ошибок; оформление реферата не соответствует требованиям.

Реферат представляется в обозначенные сроки в распечатанном виде на бумаге формата А4 (поля: верхнее и нижнее – 20 мм, левое – 25 мм, правое – 15 мм). Стиль основного текста: шрифт – Times New Roman, размер шрифта -14, межстрочный интервал – 1,5, текст оформляется по ширине листа.

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: <https://moodle.nfygu.ru/course/view.php?id=16430>

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.	Реферат	10 ч.	15 б.	25 б.	
Итого за семестр:		40 ч.	60 б.	100 б.	

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)	Оценка
УК-4 ПК-1	<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>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. - основные принципы литературного редактирования текстов.</p> <p>Уметь: использовать необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ, вести устную и</p>	освоено	<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</p>	зачет

		<p>письменную деловую коммуникацию, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ,</p>		<p>студентом с помощью преподавателя.</p>	
		<p>- выбирать стратегию и тактики общения, адекватные коммуникативной ситуации и</p> <p>- корректировать свое поведение в соответствии с речевой ситуацией профессионального общения и коммуникативным намерением;</p> <p>- уметь создавать и редактировать тексты разных стилей.</p> <p>Владеть методиками и практическими навыками: 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);</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. 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. Или Работа на занятиях и выполнение других видов</p>	<p>незачет</p>

		базовыми навыками оформления текстов разных стилей, корректуры, редакторской правки текстов различных стилей, в том числе рекламных и PR-текстов		работ полностью отсутствует <i>Или</i> Отказ от работы на занятиях	
--	--	--	--	---	--

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.

	Положение о балльно-рейтинговой системе в СВФУ, версия 4.0, утверждено 21.02.2018 г.
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 электронных и печатных учебных изданий

	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной литературы, вид и характеристика иных информационных ресурсов	Печатные издания: наличие в НБ СВФУ, кафедральная библиотека и кол-во экземпляров	Электронные издания: точка доступа к ресурсу (наименование ЭБС, ЭБ СВФУ)
Основная литература			
1	<p><i>Борисова, Е. Г.</i> Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для вузов / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбух. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01410-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560128 Гриф УМО ВО</p>		ЭБС Юрайт
2	<p>Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебник для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/566429 Гриф УМО ВО</p>		ЭБС Юрайт
3	<p>Голуб, И.Б. Упражнения по стилистике русского языка: учеб. пособие / И. Б. Голуб. - Изд. 4-е. - Москва: Айрис-Пресс, 2002. - 240 с. - (Высшее образование). - ISBN 5-8112-00183-4 : 193,21.</p>	7	
Дополнительная литература			
1	<p>Голуб, И. Б. Литературное редактирование : учебник и практикум для вузов / И. Б. Голуб. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06578-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560701 Гриф УМО ВО</p>		ЭБС Юрайт
2	<p>Тулякова, Е. И. Корректурa : практическое пособие для вузов / Е. И. Тулякова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20747-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/558677 Гриф УМО ВО</p>		ЭБС Юрайт

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+

