

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 26.03.2026 21:09:00  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.05 Работа с текстами в системе медиакommunikаций**

\_\_\_\_\_ (индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

\_\_\_\_\_ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

\_\_\_\_\_ (код, наименование направления подготовки/специальности)

\_\_\_\_\_ Реклама и связи с общественностью в государственных и  
негосударственных организациях

\_\_\_\_\_ (наименование образовательной программы)

\_\_\_\_\_ Очная форма обучения

\_\_\_\_\_ (форма обучения)

Год набора -- 2025

Санкт-Петербург

## Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Сосновская Анна Михайловна, д. полит.н., к.филол.н., доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций

*ФИО, ученая степень, ученое звание, должность, наименование кафедры*

## Заведующий кафедрой:

Ким Максим Николаевич, д.филол.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины *Б1.В.05 Работа с текстами в системе медиакоммуникаций* одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий СЗИУ РАНХиГС протокол № 8 от «25» августа 2025 г.

РПД Б1.В.03 не принята, так как не разработаны Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации в п. 5.2/6.2 (должны быть указаны конкретный тип задания (всего их 6), инструкция, сценарий выполнения, критерии оценивания; примеры заданий должны быть представлены либо по каждой теме (по каждой теме должны быть представлены все 6 типов заданий), либо по всем темам, в таком случае указывается по 2 примера задания каждого типа). Помимо этого:

1. В первом столбце таблицы п. 1 не может быть указано такое количество ОТФ и ТД для двух индикаторов достижения компетенции, необходимо указать реквизиты одного профессионального стандарта и соответствующую ему ОТФ/ТФ в соответствии с Приложением 1 ПРООП отдельно для каждого индикатора достижения компетенции.

2. Полное наименование индикаторов достижения компетенций не соответствует учебному плану.

3. В таблице п. 3.1 в третьем семестре не указаны консультации, предусмотренные учебным планом.

4. Типовые материалы по оценочным средствам по каждой теме из п. 5.2 и п. 5.4 необходимо перенести в п. 5.1.

5. В п. 5.4 рекомендовано перечислить только каждую КТ, с темой, овладение которой она проверяет, и используемыми оценочными средствами в соответствии с п. 3.1, чтобы каждая форма ТКУ могла быть оценена, после них остаются критерии оценивания всех перечисленных оценочных средств в виде таблиц. В таком случае, в п. 5.4 не нужно приводить типовые материалы выбранных оценочных средств, так как они уже представлены в п. 5.1.

Пример скорректированных КТ в соответствии с таблицей п. 3.1:

КТ-1

Тема 1-2.

Устный опрос

Компетентностно-ориентированное задание

КТ-2

Тема 3-4.

Устный опрос

Тестирование

Кейс-задание

4 семестр

КТ-1

Тема 5-7.

Устный опрос

Компетентностно-ориентированное задание

Кейс-задание

КТ-2

Тема 8.

Устный опрос

Тестирование

6. Нумерация КТ в п. 5.3 и п. 5.4 в четвертом семестре должна начинаться с единицы.

7. В п. 6.1 конкретизировать процедуру проведения зачета с оценкой. Из этого же пункта удалить информацию о курсовой работе, так как она не относится к промежуточной аттестации.

8. Отсутствует п. 6.4, предусмотренный макетом.

9. Необходимо добавить п. 6.5, где указать тематику курсовых работ и критерии их оценивания (курсовая работа оценивается не в баллах, а в формате оценки, что необходимо учесть при корректировке таблицы критериев).

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина *Б1.В.05 «Работа с текстами в системе медиакоммуникаций»* обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций\*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименован ие Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовател ьный результат **
<p>ОТФ: определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ (811, код А/01.6)</p> <p>Трудовые действия:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• поиск идеи / материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации;</li> <li>• определение темы и основного</li> </ul>	ПК-1.	Способен разработать и (или) оценить формат тематику материала для нового продукта любых СМИ в интересах государственных негосударственных организаций	ПК-1.5	Создает информационные материалы для сайта; пишет статьи, обзоры другие тексты на заданную тематику (копирайтинг) и перерабатывает тексты различной тематики (рерайт)	<p>ПК-1.5. 3-1. Знает основные принципы копирайтинга и рерайта</p> <p>ПК-1.5. 3-2. Знает основные понятия копирайтинга, жанры PR, критерии выбора информации</p> <p>ПК-1.5. У-1. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты</p> <p>ПК-1.5. У-2. Умеет работать в текстовом редакторе</p>

<p>содержания нового продукта и новостного блока;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>оценка оригинальности идеи нового продукта;</li> </ul>					
---	--	--	--	--	--

*\* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.*

*\*\* Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе*

## **2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы**

*Указывается:*

*общий объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов;*

*объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;*

*количество академических часов, выделенных на практическую подготовку (при наличии);*

*место дисциплины в структуре образовательной программы.*

**Объем дисциплины** Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы / 144 академических / 108 астрономических часов. Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ). Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету/профилю предоставляется студенту в деканате. Теоретические занятия (лекции) проводятся по потокам. Общий объем лекционного курса составляет 20 академических часов. Практические занятия организуются по группам в виде семинаров в диалоговом режиме. Общий объем практических занятий 28 академических часов. Программой предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 67 академических часов. В рамках самостоятельной работы студенты изучают

теоретический материал в целях подготовки к устному опросу, тестированию, дискуссиям, деловым играм, эссе; выполняют практические контрольные задания; готовятся к промежуточной аттестации (экзамену).

#### **Место дисциплины в структуре ОП ВО Дисциплина Б1.В.05**

«Работа с текстами в системе медиакоммуникаций» входит в вариативную часть (Б1.В) дисциплин по направлению бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в государственных и негосударственных организациях». Изучается в 5-ом семестре (третий семестр 3-го курса). Курс опирается на знание курсов: «Основы редактирования и копирайтинг» (2-3 семестры), а также связан со всеми дисциплинами в сфере маркетинга, рекламного менеджмента, копирайтинга. «Работа с текстами в системе медиакоммуникаций» предшествует выполнению выпускных квалификационных работ. Знания, полученные в курсе, востребованы в области управления общественными отношениями, рекламы и маркетинга. Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности. Объем дисциплины, реализуемый с применением СДО: количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся: всего с применением СДО – 67 а.ч. Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является экзамен (5 семестр).

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

Очная/очно-заочная/заочная форма обучения (оставить нужное)

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)		Контроль	СРкр	СРэк	СР		
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР						КЭ
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
Тема 1	Предмет «Работа с текстами в системе медиакommunikation». Теоретик	24	4			8							12	УО, Д, ПКЗ

	о-методологические основы изучения медиакommunikation.													
Тема 2	Понятие медиакommunikation. Концептуальные модели коммуникации. Структура и функции медиатекстов.	22	4			4							14	УО, Д, ПКЗ
Тема 3	Виды текстов в медиакommunikation. Особенно	24	4			8							12	УО, Д, ПКЗ

	сти PR и рекламных текстов. Жанры.													
Тема 4	Методы анализа медиатекстов  Создание медийных текстов для различных форматов	23	4			4							15	УО, Д, ПКЗ, ДИ
Тема 5	Влияние медиатекстов на общественное мнение и коммуникацию  Приемы и технологии и спичрайтинга,	22	4			4							14	УО, Д, Т, Э, ПИЗ

	публично е выступле ние, вербальна я/неверба льная коммуник ация													
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>27</b>						<b>2</b>						
<b>Итого</b>		<b>144</b>	<b>20</b>			<b>28</b>		<b>2</b>				<b>67</b>	<b>27 экзамен</b>	

**Используемые сокращения:**

УО – устный опрос  
Д – дискуссия по докладу  
ПКЗ – практические контрольные задания  
Т – тестирование  
ДИ – деловая игра  
Э – эссе  
ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.

В процессе обучения применяются следующие интерактивные формы: лекция-диалог, работа в малых группах, диалого-дискуссионное обсуждение проблем в том числе в форме деловой игры, практические контрольные задания написания текстов, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций, профессионально-исследовательские задания. Темы 1-5 могут быть освоены с применением ЭО и ДОТ с контролем в системе электронного обучения Академии.

## 3.2. Содержание дисциплины

**Тема 1. Название темы** (указать индикатор (ы) компетенции, которому (которым) соответствует содержание темы и ее разделов).

Перечисляются основные элементы содержания теоретической части. Раскрывается содержание заданий практической подготовки (при наличии).

**Тема 1. Предмет «Работа с текстами в системе медиакоммуникаций». Теоретико-методологические основания изучения медиакоммуникаций.** ПК-1.5. 3-2

Междисциплинарность исследований медиакоммуникации. Медиакоммуникации и медиасредства как поэтапное «расширение человека» (М. Маклюэн). Структурно-функциональная традиция анализа медиакоммуникации. Концепция идеологии. Критическая традиция анализа массовой коммуникации. Способы функционирования идеологии в текстах. Социальный конструктивизм. Социолингвистика. Психолингвистика.

ПК-1.5. 3-2: Знает основные понятия копирайтинга, жанры PR, критерии выбора информации **Содержание заданий практической подготовки.** Задание: что такое «текст» в контексте теории медиакоммуникаций и каковы его базовые функции; анализ текстов по критериям.

**Тема 2. Понятие медиакоммуникаций. Концептуальные модели коммуникации. Анализ медиатекстов.** ПК-1.5. У-1.

Определение и трактовки медиакоммуникаций в научной литературе. Роль медиакоммуникаций в современном обществе. Исследование эффектов массовой коммуникации: «Спираль молчания», установка пунктов «повестки дня», теория информационного дефицита. Понимание медиакоммуникации в рамках дискурсивного и диспозитивного анализа. Акторно-сетевая теория и объектно-ориентированная онтология для изучения медиакоммуникации. Семиотический анализ медиатекстов. Когнитивная модель распределенного познания. ИИ и медиакоммуникации.

ПК-1.5. У-1. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты. **Содержание заданий практической подготовки.** Создание выжимки по теории «Спираль молчания» с указанием проблемы, тезиса и выводов (реферирование). Задавание вопросов к тексту о семиотике, поиск связей с работами Барта, критика культурной ограниченности анализа (аннотирование). Переделка сложной теории диспозитива в пост для соцсетей или предложение нового исследования теории информационного дефицита в эпоху ИИ (модифицирование).

**Тема 3. Виды текстов в медиакоммуникациях. Особенности PR и рекламных текстов. Жанры.** ПК-1.5. 3-1. 3-2.

Классификация текстов. Специфика PR и рекламы. Жанровая дифференциация (пресс-релиз, статья, пост, слоган и т.д.). Жанры PR-текстов: оперативно-новостные; исследовательско-новостные; фактологические; исследовательские; образно-новостные. Язык и стиль PR-текста: официально-деловой, убедительный, позитивный. Роль нарратива и storytelling в PR. Этика и правдивость в PR-коммуникациях. Задачи рекламы. Классификация рекламных текстов. Специфика рекламируемых товаров или услуг (по сферам: финансовая, страховая, недвижимость, автомобильная, работа, туризм, здоровье, розничные товары, женские, продукты, распродажи, промышленная). Элементы психологического воздействия рекламных текстов. Архетипический маркетинг. Привлечение внимания аудитории. Психология восприятия текстов. Учет специфики и потребностей аудитории. Продающие тексты.

**Тема 4. Методы анализа медиатекстов. Создание медийных текстов для различных форматов. Языковые особенности текстов рекламы и PR.** ПК-1.5. У-1. У-2.

Методы анализа медиатекстов: контент-анализ, дискурс-анализ.

Продвижение сайтов через статьи, содержащие ключевые слова под высокочастотные и низкочастотные запросы. Уникальный контент. Рерайтинг. Рекламный материал в печати, на радио и телевидении. Письменное изложение информации. Специфика рекламного текста для различных СМИ.

Копирайтинг как наука о написании рекламных объявлений. Правовые нормы. Внешнее регулирование, основные принципы, внутреннее регулирование. Основные юридические и этические нормы.

Стратегия письма в PR и рекламе (стратегии эмоционального и рационального типа). Способы изложения (прямое изложение, повествование, монолог, диалог, интрига).

Изобразительно-выразительные средства в прессе, на радио и ТВ. Особенности психологии восприятия печатного текста, звуковых и аудиовизуальных образов. Символы и мифы в рекламе.

Создание и модификации текстов в текстовом редакторе. Форматирование документов согласно профессиональным стандартам (стили, заголовки, списки, таблицы). Практикум по написанию текстов для разных медиа (новости, соцсети, блог).

ПК-1.5. У-2. Умеет работать в текстовом редакторе. **Содержание заданий практической подготовки.**

Все практические задания по созданию и модификации текстов выполняются в текстовом редакторе (например, Microsoft Word или Яндекс документах). Студенты учатся форматировать документы согласно профессиональным стандартам (стили, заголовки, списки, таблицы), что

является неотъемлемой частью навыка У-2.

**Тема 5. Приемы и технологии спичрайтинга, публичное выступление, вербальная/невербальная коммуникация.** ПК-1.5. У-1. У-2. З-1.

Спичрайтинг. Обсуждение ошибок и успешных практик в спичрайтинге. Интерпретация. Интертекстуальность. Этапы публичного выступления. Режиссура невербальной коммуникации спикера. Изучение личного брэнда. Работа с брифом, создание слоганов, нейминг. Продающие рекламные тексты. Ориентиры по написанию рекламных текстов. Рекламная статья. Рекламное обращение. Виды брифов. Работа по созданию брифов. Принципы создания слоганов и девизов. Основные принципы нейминга. Слоган как идея и жанр спичрайтерского искусства. Креатив в названиях. Методы и подходы к изучению влияния медиатекстов (опросы, контент-анализ, эксперименты). Роль медиатекстов в формировании общественного мнения. Механизмы воздействия: фрейминг, агитация, манипуляция.

ПК-1.5. У-1. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты. **Содержание заданий практической подготовки.** Спичрайтинг — это высшая форма модификации текста. Студенты берут сложную информацию (данные отчета, аналитику) и трансформируют ее в живую, убедительную и понятную устную речь. Они также учатся анализировать (реферировать) речи известных людей, чтобы выявить в них эффективные риторические приемы.

ПК-1.5. З-1. Знает основные принципы копирайтинга и рерайта. **Содержание заданий практической подготовки.** Принципы копирайтинга (понимание аудитории, ясность, убедительность) лежат в основе эффективного спичрайтинга. Мы обсуждаем, как письменный текст «адаптируется» под устное выступление с учетом невербальной коммуникации.

ПК-1.5. У-2. Умеет работать в текстовом редакторе. **Содержание заданий практической подготовки.** Студенты готовят финальные тексты речей, тезисы для презентаций и раздаточные материалы, оформляя их в текстовом редакторе в профессиональном виде.

#### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

**1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.05 «Работа с текстами в системе медиакоммуникаций»** входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении

текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

#### 4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

### 5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

*УО – устный опрос*

*Д – дискуссия по докладу*

*ПКЗ – практические контрольные задания*

*Т – тестирование*

*ДИ – деловая игра*

*Э – эссе*

*ПИЗ – профессионально-исследовательские задания.*

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

*Тема 1. Предмет «Работа с текстами в системе медиакоммуникаций».*

*Теоретико-методологические основания изучения медиакоммуникаций.*

Вопросы для опроса:

*Вопрос 1* Опираясь на полученные знания, дайте свое определение понятию «медiateкст». Чем оно отличается от «обычного» текста (например, художественного произведения)?

*Вопрос 2* Перечислите и кратко охарактеризуйте 2-3 базовые функции, которые, на ваш взгляд, выполняет медiateкст в современном информационном обществе.

*Вопрос 3.* В чем заключается междисциплинарный характер исследований медиакоммуникаций? Приведите пример, как знания из психологии или социологии помогают в анализе медiateкста.

*Вопрос 4.* Каким образом, по вашему мнению, идеология может «встраиваться» в медiateкст? Приведите один конкретный пример (из новостей, рекламы, фильма и т.д.).

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

*1* Соотнесите понятие из копирайтинга с его определением:

• Понятия: 1) УТП (Уникальное торговое предложение), 2) Целевая аудитория, 3) Призыв к действию (Call to Action).

• Определения: А) Конкретная группа людей, на которую направлена коммуникация. Б) Фраза, мотивирующая читателя совершить нужное действие. В) Ключевое преимущество продукта/услуги, отличающее его от конкурентов.

*2* Какие из перечисленных критериев, по-вашему, являются наиболее важными при отборе информации для создания новостного медiateкста? (Выберите до 3-х вариантов)

- а) Новизна и актуальность*
- б) Эмоциональная насыщенность*
- в) Близость к целевой аудитории*
- г) Положительная окраска информации*
- д) Наличие «звездных» стикеров*
- е) Общественная значимость*

Контрольные задания (ПКЗ, ПИЗ):

*1* Напишите пресс-релиз по проекту

*2* Напишите сценарий рилс

**Тема 2 Понятие медиакоммуникаций. Концептуальные модели коммуникации. Анализ медiateкстов.**

Вопросы для опроса:

*Вопрос 1* В чем ключевое различие между теорией установки пунктов «повестки дня» (Agenda-Setting) и теорией информационного дефицита? Опишите своими словами, на что каждая из этих теорий обращает первоочередное внимание.

*Вопрос 2* Какая из рассмотренных концептуальных моделей коммуникации (например, «Спираль молчания», АСТ, семиотика, диспозитив) кажется вам наиболее актуальной для анализа медиапроцессов в эпоху искусственного интеллекта? Кратко аргументируйте свой выбор.

Кейсы:

1 Представьте ситуацию: человек боится высказывать свою позицию в соцсетях, так как она отличается от мнения большинства его подписчиков, и опасается критики. Какая теория медиакоммуникаций лучше всего объясняет это поведение?

- а) Теория установки пунктов «повестки дня» (Agenda-Setting)
- б) Теория информационного дефицита
- в) Теория «Спираль молчания»
- г) Акторно-сетевая теория

2 Когнитивная модель распределенного познания утверждает, что мышление происходит не только в голове, но и через взаимодействие с инструментами (например, поиск в Google, заметки в телефоне). Как эта модель помогает понять, как современные студенты учатся и обрабатывают информацию?

3 Представьте, что вам нужно «упаковать» сложную теорию диспозитива (М. Фуко) в формат поста для Telegram или VK. Как бы вы сформулировали ее основную идею для широкой аудитории? Напишите один-два предложения, которые могли бы стать основой такого поста.

Контрольные задания:

Напишите обзор, новость, интервью на заданную тему.

*Тема 3. Виды текстов в медиакоммуникациях. Особенности PR и рекламных текстов. Жанры.*

*Тема 4. Методы анализа медиатекстов. Создание медийных текстов для различных форматов. Языковые особенности текстов рекламы и PR*

*Тема 5. Приемы и технологии спичрайтинга, публичное выступление, вербальная/невербальная коммуникация.*

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

**Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:**

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,20	20
КТ 2	100	0,20	20
КТ 3	100	0,20	20
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

**5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:**

**КТ-1**

**Тема 1-2.**

Устный опрос

Доклад

Практические контрольные задания

**КТ-2**

**Тема 3-4.**

Устный опрос

Доклад

Тестирование

**КТ-3**

**Тема 5.**

ДИ – деловая игра

Э – эссе

Профессионально-исследовательские задания.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

*1. Критерии оценивания доклада:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание важнейших аспектов темы с конкретными примерами</i>
<i>Характер подачи материала</i>	<i>0-20</i>	<i>Использование презентации</i>
<i>Стилистика</i>	<i>0-20</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы</i>
<i>Оригинальность</i>	<i>0-20</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
<b>Итого максимально:</b>	<b>100</b>	

*2. Критерии оценивания устного опроса и тестирования:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>0-25</i>	<i>Детальное, последовательное описание проблемного вопроса с конкретными примерами</i>
<i>Стилистика</i>	<i>0-25</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>0-25</i>	<i>Чёткая последовательность изложения</i>
<i>Оригинальность</i>	<i>0-25</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
<b>Итого максимально:</b>	<b>100</b>	

**Критерии оценивания Практических контрольных заданий (написание текстов):**

Критерий оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание: соответствие заданной теме, глубина анализа и понимания материала, наличие оригинальных идей и выводов.	41-70	Детальное, последовательное описание, глубокий анализ, оригинальные идеи.
	21-40	Поверхностное описание, анализ без глубины, стандартные идеи.
	0-20	Тема раскрыта минимально или не раскрыта, анализ отсутствует.
Структура: логичность и последовательность изложения, четкость и ясность формулировок.	15-30	Логичная, четкая, последовательная структура.
	0-14	Структура нарушена, изложение нелогично, формулировки нечеткие.
Стиль и язык: соответствие стилю и жанру (например, деловой стиль для пресс-релиза), грамотность и правильность языка, умение использовать профессиональную терминологию.	15-30	Стиль соответствует жанру, язык грамотен, терминология использована верно.
	0-14	Стиль не соответствует жанру, есть грамматические ошибки, терминология использована неверно.
Итого максимально:	100	

*1. Критерии оценивания ПИЗ, эссе, ДИ:***Критерии оценивания материалов:**

Критерий оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание: соответствие теме эссе, глубина анализа и аргументации,	31-50	Тема раскрыта глубоко, аргументация сильная,

наличие оригинальных идей и выводов.		идеи оригинальные, выводы обоснованы.
	16-30	Тема раскрыта поверхностно, аргументация слабая, идеи стандартные, выводы поверхностны.
	0-15	Тема не раскрыта, аргументация отсутствует, идеи не представлены, выводы отсутствуют.
Структура: логичность и последовательность изложения, наличие введения, основной части и заключения, четкость переходов.	16-30	Структура логичная, четкая, все части присутствуют, переходы плавные.
	0-15	Структура нарушена, части отсутствуют, переходы резкие или отсутствуют.
Стиль и язык: соответствие стилю академического письма, грамотность (орфография, пунктуация, стилистика), умение использовать профессиональную терминологию.	16-30	Стиль академический, язык грамотен, терминология использована верно.
	0-15	Стиль неакадемический, есть грамматические ошибки, терминология использована неверно.
Креативность: оригинальность подхода к теме, инновационные идеи и нестандартные решения.	10-20	Подход оригинальный, идеи свежие, решения нестандартные.
	0-9	Подход стандартный, идеи заимствованные, решения типовые.
Исследовательская работа: использование и правильное цитирование источников, наличие ссылок на актуальные исследования и литературу.	7-10	Источники использованы, цитирование правильное, ссылки на актуальные работы.
	0-6	Источники не использованы или цитирование неверное, ссылки отсутствуют или неактуальны.

Итого максимально:	100	
--------------------	-----	--

### **5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).**

*Для решения задач открытого типа (написание текстов, подготовка выступлений, эссе) студенту разрешается использование текстовых редакторов, программ для создания презентаций, доступ к интернет-ресурсам для поиска информации. Для деловой игры – оборудование для демонстрации презентаций.*

## **6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине**

### **6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена**

*Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания. В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и МТС Линк. Структура экзаменационного билета: в каждом билете по 2 вопроса и практическая часть с практическим заданием, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками. В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом.*

### **6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.**

Перечень вопросов для подготовки к экзамену:

1. Медиакоммуникации как поэтапное «расширение человека» (М. Маклюэн).
2. Структурно-функциональная традиция анализа медиакоммуникации.
3. Концепция идеологии в медиатекстах.
4. Критическая традиция анализа массовой коммуникации.
5. Способы функционирования идеологии в текстах.
6. Искусственный интеллект и медиакоммуникации.

7. Онтология и медиакоммуникации: акторно-сетевая теория.
8. Основные задачи копирайтера в современных медиа.
9. Особенности рекламного текста для различных СМИ (печать, радио, ТВ, интернет).
10. Основные вопросы при составлении брифа на создание текста.
11. Принципы коммуникации в рекламе.
12. Особенности работы спичрайтеров.
13. Мифы и сказки, используемые для создания медиатекстов.
14. Стилистические особенности рекламы.
15. Литературные приемы, используемые в рекламном тексте.
16. Основные принципы нейминга.
17. Элементы психологического воздействия рекламных политических текстов.
18. Правовые и этические нормы при изложении информации в СМИ.
19. Как привлечь внимание рекламой.
20. Принципы создания девизов и слоганов.
21. Тенденции развития рекламного текста в различных формах коммуникации.
22. Рекламный текст как основа структуры политического образа.
23. Манипулятивные технологии в политической рекламе.
24. Литературная обработка медиатекста.
25. Жанры PR-текстов: оперативно-новостные, исследовательско-новостные, фактологические.
26. Слоган как основа имиджевой стратегии во время избирательной кампании.

27. Зависимость медиапланирования от рекламируемого продукта, характера целевой аудитории, бюджета и целей рекламной кампании.
28. Место расположения рекламы на полосе газеты, журнала: плюсы и минусы.
29. Характеристика телевидения как одного из наиболее эффективных средств массовой информации.
30. Реклама на радио: специфика и форматы.
31. Реклама в Интернете: виды и особенности.
32. Теория информационного дефицита и ее актуальность в эпоху социальных сетей.

**Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:**

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
<b>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа</b>	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.3. Выбрать один верный ответ.4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.	1. Автор концепции «глобальной деревни» и утверждения «медиа есть расширение человека»:а) Зигмунд Фрейдб) Маршалл Маклюэнс) Юрген Хабермасd) Ноам Хомски2. Какой из перечисленных жанров НЕ относится к оперативно-новостным PR-текстам:а) Пресс-релиз б) Бэкграундер с) Запрос для СМИ d) Факт-лист
<b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b>	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.2. Внимательно прочитать оба списка.3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2.4. Записать	1. Установите соответствие между термином и его определением: <b>Термин:</b> 1. Копирайтинг 2. Рерайтинг 3. Слоган 4. Нейминг <b>Определение:</b> а) Процесс создания нового, уникального имени для бренда, продукта или компании.б) Написание

	<p>попарно буквы и цифры вариантов ответа.</p>	<p>оригинальных текстов, в первую очередь рекламных и PR-текстов.с) Краткая, запоминающаяся фраза, отражающая суть рекламного предложения или имидж компании. d) Переработка существующего текста с целью создания уникального контента при сохранении исходного смысла.</p>
<p><b>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов</b></p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов.2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.3. Выбрать несколько правильных ответов.4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа.</p>	<p>1. Какие из перечисленных элементов являются обязательными для эффективного рекламного текста (выберите все верные):а) Уникальное торговое предложение (УТП) б) Призыв к действию (Call to Action) с) Ссылка на научное исследование d) Информация о компании-производителе е) Указание на целевую аудиторию 2. Какие методы анализа медиатекстов вы знаете (выберите все верные):а) Контент-анализ б) Дискурс-анализ с) Семиотический анализ d) Статистический анализ е) SWOT-анализ</p>
<p><b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b></p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.4. Записать буквы/цифры вариантов ответа в нужной последовательности.</p>	<p>1. Расставьте в правильном порядке этапы работы спичрайтера над речью для публичного выступления: а) Написание черновика текста речи б) Анализ аудитории и цели выступления с) Репетиция и финальная доработка с учетом невербальной коммуникации d) Сбор и анализ информации, составление плана и тезисов е) Редактирование и упрощение языка</p> <p>2. Расположите в правильной последовательности элементы классической структуры пресс-релиза: а) Основная часть с деталями и цитатами б) Заголовок с) Краткая информация о компании d) Лид-абзац е) Контакты для</p>

		СМИ
<b>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа и обоснованием</b>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.&lt;br&gt;2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.&lt;br&gt;3. Выбрать один верный ответ.&lt;br&gt;4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.&lt;br&gt;5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа.</p>	<p>1. В новостной ленте постоянно освещаются протесты в определенном городе, в результате у аудитории складывается впечатление, что ситуация в городе крайне нестабильна, хотя другие проблемы региона остаются без внимания. Какая теория медиакommunikаций наилучшим образом объясняет этот эффект?&lt;br&gt;a) Теория «Спираль молчания»&lt;br&gt;b) Теория установки пунктов «повестки дня» (Agenda-Setting)&lt;br&gt;c) Теория культивации&lt;br&gt;d) Теория информационного дефицита&lt;br&gt;&lt;br&gt;Обоснуйте свой выбор, объяснив суть выбранной теории.</p>
<b>Задание открытого типа с развернутым ответом</b>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.2. Продумать логику и полноту ответа.3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p>	<p>1. Сравните понятия «копирайтинг» и «рерайтинг». В каких случаях каждый из этих подходов является более предпочтительным для достижения целей PR-кампании? Приведите примеры. 2. Объясните, что такое «фрейминг» в медиакommunikациях. Приведите пример того, как один и тот же новостной факт (например, нарушение экологии) может быть по-разному «фреймирован» в разных СМИ для формирования разного отношения у аудитории.</p>

Типовые задания для экзамена:

**Тема 2. Понятие медиакommunikаций. Концептуальные модели коммуникации. Анализ медиатекстов. ПК-1.5. У-1.**

### 1. Задание на анализ медиатекста.

Кейс: Вам представлен рекламный ролик нового бренда эко-чая. В ролике показаны красивые пейзажи дикой природы, люди в одежде из натуральных тканей, которые пьют чай и улыбаются. Голос за кадром говорит: «Вернитесь к истокам. Вкус чистоты в каждой чашке. [Название бренда]».

Задание: Проведите анализ данного рекламного текста (видеоролика), используя методы семиотического анализа. Определите ключевые знаки и символы, их значения. Определите целевую аудиторию и основные архетипы, используемые в рекламе. Объясните, какие психологические эффекты стремились создать авторы.

### **Тема 3. Виды текстов в медиакommunikациях. Особенности PR и рекламных текстов. Жанры.** ПК-1.5. 3-1. 3-2.

#### 2. Задание на создание PR-текста.

Кейс: Вы работаете PR-менеджером в технологической компании, которая запускает новое мобильное приложение для обучения иностранным языкам с использованием элементов геймификации. Приложение помогает выучить 1000 самых популярных слов за 30 дней.

Задание: Напишите пресс-релиз, анонсирующий запуск этого приложения. В тексте должны быть четко выделены: заголовок, лид (первый абзац с основной информацией), основная часть с деталями и цитатой CEO компании, а также краткая информация о компании и контакты для СМИ.

### **Тема 5. Приемы и технологии спичрайтинга, публичное выступление, вербальная/невербальная коммуникация.** ПК-1.5. У-1. У-2. 3-1.

#### 3. Задание на спичрайтинг и модификацию текста.

Кейс: Губернатору региона необходимо выступить перед жителями города, в котором произошла крупная экологическая авария на химическом заводе. У вас есть официальный сухой отчет от МЧС и Министерства экологии, содержащий технические детали, данные о уровне загрязнения и планах по ликвидации последствий.

Задание: На основе данных отчета подготовьте тезисы для публичного выступления губернатора. Ваша задача — трансформировать сложную и тревожную информацию в текст, который будет звучать убедительно, успокаивающе, но при этом не будет скрывать серьезность ситуации. Определите ключевые сообщения, призывы к населению и обещания от властей. Объясните, какие приемы спичрайтинга вы использовали.

### 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

*Для выполнения практического задания на экзамене студенту разрешается использование ручки и бумаги (или текстового редактора при дистанционном формате). Доступ к интернет-ресурсам ограничен (только по разрешению преподавателя в рамках задания).*

## **7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)**

*Приводятся методические рекомендации и указания, обеспечивающие возможность освоения дисциплины обучающимся. Например, по планированию и организации времени, отведенного на освоение дисциплины, последовательности действий обучающегося; по использованию учебно-методических материалов; по работе с литературой; по подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации; по работе с тестовыми заданиями, по выполнению домашних заданий и др.*

*Приводятся вопросы для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного и семинарского типов; рекомендации по написанию рефератов, докладов, эссе и курсовых работ (проектов) (при наличии).*

*Указывается наличие изданных методических рекомендаций и учебно-методических материалов для самостоятельной работы и форма доступа к ним.*

*При подготовке к семинарам студенты должны изучить требования следующих государственных стандартов:*

- ГОСТ Р 7.9-95 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Реферат и аннотация. Общие требования».*

- ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».*

*Семинарские занятия строятся в двух формах:*

- 1. обсуждение докладов и текстов, подготовленных студентами в ходе самостоятельной работы;*

- 2. выполнение тестовых заданий, практических контрольных заданий, участие в дискуссиях, деловых играх, написание эссе.*

*Главная цель семинарских занятий – обеспечить студентам возможность овладеть навыками и умениями использования теоретического знания применительно к особенностям изучаемой отрасли. На занятиях предполагается анализ литературы, сборников статей, журнальных статей, иных публикаций, рекомендованных рабочей программой дисциплины, анализ интернет-ресурсов, а также поиск и знакомство с сайтами специализированных учреждений и организаций, получение сведений, необходимых для углубленного изучения отдельных аспектов темы, для подготовки к практическим занятиям по написанию текстов; запланирована работа с Яндекс, блогами соцсетей – для составления и размещения текстов,*

оценки их эффективности.

*Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативна для освоения.*

*Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении «МТС Линк». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности. Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для экзамена и выполнения одного практического задания.*

*Для дистанционной сдачи необходимо наличие видео- и аудио связи, студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон. Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения экзамена могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета. За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности. В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофон и видеочкамеру. Видеочкамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя. В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для экзамена, преподаватель имеет право выставить оценку «неудовлетворительно». В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.*

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **8.1. Основная литература**

Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебник для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 124 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18702-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568984> (дата обращения: 30.10.2025).

Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебник для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568585> (дата обращения: 30.10.2025).

Еремеева, Н. В. Коммерческий копирайтинг : учебное пособие / Н. В. Еремеева, П. В. Журкевич ; под редакцией Н. В. Еремеевой ; Художник-иллюстратор Д.А. Волков. — Москва : МГИМО, 2021. — 221 с. — ISBN 978-5-9228-2304-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/293825> (дата обращения: 30.10.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

## 8.2. Дополнительная литература

1. Ван Дейк, Т. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т. Ван Дейк; [пер. с англ. Е. Переверзев, Е. Кожемякин]. — М.: URSS, 2013.
2. Изучение практик коммуникации: от этнометодологии к теории сетей / под науч. ред. А. М. Сосновской. Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2025. 208 с. ISBN 978-5-85006-659-8.
3. Маклюен, М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюен; пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003.
4. Молдавская, О. Е. Основы копирайтинга и рерайтинга : учебно-методическое пособие / О. Е. Молдавская. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2021. — 73 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129511.html> (дата обращения: 11.03.2024).
5. Манович, Л. Язык новых медиа / Л. Манович; [перевод Дианы Кульчицкой]. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2018.
6. Марков А. Живая ласточка языка. Краткое введение в социолингвистику. — 2023.
7. Марков А. Критическая теория. — Рипол Классик, 2021.
8. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. УРСС, 2003.
9. Ноэль-Нойман, Э. Общественное мнение: Открытие спирали молчания: [Пер. с нем.] / Э. Ноэль-Нойман; [Вступ. ст. Н. Мансурова, с. 5-25]. — М.: Прогресс: Весь мир, 1996.
10. Сосновская А. М. Политика городской идентичности в дискурсе культурного наследия : монография. — СПб. : ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2024.
11. Сосновская А. М. Семиотика и семантика рекламы и связей с общественностью. — 2013.
12. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска : руководство / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.] ; под общей редакцией И. С. Шаминой. — Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-9729-0210-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/108626> (дата обращения: 30.10.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. О средствах массовой информации: Федеральный Закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 19.04.2013). - URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения 30.10.2025).

2. О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06.2013 № 108-ФЗ). - URL: [http://www.consultant.ru/popular/advert/26\\_1.html](http://www.consultant.ru/popular/advert/26_1.html) (дата обращения 30.10.2025).

### 8.4 Интернет-ресурсы

#### Интернет-ресурсы и Ссылки

• Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

• Информационно-справочный портал «Русский язык»: [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)

• Русский филологический портал: [www.philology.ru](http://www.philology.ru)

• Сайт Центра развития русского языка: [www.ruscentr.ru](http://www.ruscentr.ru)

• Сайт «Словесник»: [www.slovesnik.ru](http://www.slovesnik.ru)

• СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <https://lib.ranepa.ru/ru/> к подписным электронным ресурсам.

#### 8.5. Иные источники

• Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб., 1998. (БТС) (<http://gramota.ru/slovari/>)

• Зарва М.В. Русское словесное ударение: Словарь. – М., 2001. (<http://gramota.ru/slovari/>)

• Львов М.Р. Словарь антонимов русского языка / Под ред. Л.А. Новикова. – М., 1978. (<http://gramota.ru/slovari/>)

• Научно-информационный ресурс «Орфографический академический ресурс АКАДЕМОС» Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН. ([orfo.ruslang.ru](http://orfo.ruslang.ru))

Обучающимся обеспечен доступ к материалам курса в СДО Академии <http://lms.ranepa.ru>, а так же через сайт научной библиотеки к следующим подписным электронным ресурсам:

#### Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «ZNANIUM.COM»

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «BOOK.RU»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «IPR SMART»

## **9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

*Перечисляются информационные технологии, включая перечень лицензионного или с открытой лицензией программного обеспечения и информационных справочных систем, в том числе для обеспечения возможности реализации образовательной программы с применением ДОТ*

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оснащенные персональным компьютером/ноутбуком и мультимедийным проектором
2.	Аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами и персональными компьютерами с выходом в Интернет для проведения практических занятий
3.	«МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд ; «Яндекс Телемост» — сервис для видеоконференций от Яндекса; Я-мессенджер
4.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV; программы для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных; соответствующие онлайн-инструменты для построения интеллект-карты и моделей в различных нотациях
5.	Научная библиотека (в т.ч. электронные информационные ресурсы научной библиотеки)
6.	СДО Академии <a href="https://lms.ranepa.ru/">https://lms.ranepa.ru/</a>