

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
Д. Ю. Баланев

Рабочая программа дисциплины

Стилистика рекламных и PR-текстов

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения
Очная

Квалификация
Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема
2024

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.В. Гужова
Председатель УМК
М.А. Подойницина

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-5; Способен выстраивать межличностное и межгрупповое взаимодействие и общение на русском и иностранном языках, с учётом особенностей различных культурных, социально- исторических, этнических, философских, профессиональных контекстов

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-1.1 Знает стилистические и жанровые особенности медиатекстов, методы и приемы разработки неймов, нормы и выразительные возможности русского и иностранного языка, иных знаковых систем, используемые для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

РООПК-1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом стилистических и жанровых особенностей, норм и выразительных возможностей русского и иностранного языка, иных знаковых систем

РОУК-5.1 Знает правила и нормы коммуникации на русском и иностранном языках, культурные нормы общения, разнообразные методы аргументации и убеждения в процессе коммуникации

РОУК-5.2 Умеет вести дискуссию, выстраивать аргументацию на русском и иностранном языках; учитывать историческую обусловленность разнообразия и мультикультурности общества при межличностном и межгрупповом взаимодействии; осуществлять коммуникацию, учитывая разнообразие и мультикультурность общества.

2. Задачи освоения дисциплины

Овладение навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом стилистических и жанровых особенностей, норм и выразительных возможностей русского языка.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Четвертый семестр, зачет с оценкой

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам:

Русский язык и культура речи, Теория и практика рекламы и связей с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации, Профессиональные коммуникации в PR и рекламе, Современные концепции коммуникаций, Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

-лекции: 20 ч.

-практические занятия: 24 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Введение в стилистику рекламных и PR-текстов

- Определение и роль стилистики в рекламе и PR.

- Основные цели и задачи рекламных и PR-текстов.

Тема 2. Стилистические особенности медиатекстов

- Анализ основных стилистических средств: метафоры, аналогии, риторические вопросы.

- Примеры удачных и неудачных решений в стилистике.

Тема 3. Жанровые особенности рекламных и PR-текстов

- Обзор жанров рекламы и PR: слоганы, пресс-релизы, рекламные тексты и т. д.

- Зависимость жанра от целевой аудитории.

Тема 4. Нормы и выразительные возможности языка в рекламе

- Исследование языковых норм и их влияние на восприятие текста.

- Эмоциональная выразительность и её роль в убеждении.

Тема 5. Неймы и их стилистическая функция

- Значение нейминга в рекламе и PR: создание образа и идентичности.

- Методы разработки эффективных неймов.

Тема 6. Мультиmodalные коммуникации в рекламе и PR

- Взаимодействие различных знаковых систем (текст, изображение, звук).

- Примеры успешного применения мультиmodalности в кампаниях.

Тема 7. Аргументация и убеждение в коммуникации

- Принципы аргументации: логика, эмоции и авторитет.

- Техники убеждения в рекламных и PR-текстах.

Тема 8. Кросс-культурные аспекты рекламных и PR-текстов

- Особенности коммуникации в контексте культурного разнообразия.

- Адаптация сообщений для разных культурных аудиторий.

Тема 9. Критический анализ рекламных и PR-текстов

- Методы оценки эффективности медиатекстов.
- Критерия успешности рекламных и PR-кампаний.

Тема 10. Технология сторителлинга в контенте

- Принципы создания истории для PR- и рекламных целей
- Тренды использования технологии сторителлинга

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, выполнения домашних заданий, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет с оценкой в четвертом семестре проводится в письменной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из трех частей. Продолжительность зачета с оценкой 1 час.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по проведению лабораторных работ.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Борисова Е. Г. Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для вузов / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбух.. - Москва : Юрайт, 2024. - 275 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/536419>

2. Ильяхов М. О. Пиши, сокращай : как создавать сильный текст / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. - 3-е изд.. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 439 с.: ил.

3. Кайда Л. Г.. Стилистика текста : от теории композиции - к декодированию : учебное пособие / Кайда Л. Г.. - 5-е изд., стер.. - Москва : ФЛИНТА, 2022. - 208 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/232661>

4. Солганик Г. Я. Стилистика русского языка / Солганик Г. Я.. - Москва : ФЛИНТА, 2022. - 248 с.

б) дополнительная литература:

1. Асланов Т. А. PR-тексты : как зацепить читателя / Тимур Асланов. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2023. - 190, [1] с.: ил., табл. - (Бизнес-психология)
2. Богданова М. Школа контента: создавайте тексты, которые продают : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2019. - 256 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=352369>
3. Бочарова Т. И.. Рекламные тексты. Сборник упражнений : учебное пособие для вузов / Бочарова Т. И.. - 3-е изд., стер.. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 88 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/302213>
4. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. – Москва : АЙРИС-пресс , 2007. – 441 с.
5. Болотнова Н. С., Орлова О. В. Стилистика русского языка: контрольно-тренировочные задания : пособие для студентов педагогического университета : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032900-русский язык и литература]. – Томск : ТГПУ, 2004. – 123 с.
6. Кронгауз М. Русский язык на грани нервного срыва. Corpus, 2017. - 512с.
7. Назайкин А. Н. Сторителлинг в современном копирайтинге : как использовать и создавать истории для современных текстов СМИ, социальных сетей, рекламы, ЗК, литературы и кино / А. Н. Назайкин. - Москва : Солон-Пресс, 2022. - 191 с.: табл.
8. Шарков Ф.И., Гостенина В.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта. Учебное пособие. — М.: Дашков и К°, 2007. — 340 с.
9. Шугерман Д. Как создать крутой рекламный текст : принципы выдающегося американского копирайтера / Джозеф Шугерман ; науч. ред. А. Назайкин ; пер. с англ. С. Кирова ; [гл. ред. С. Турко]. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 436, [1] с.: ил.

в) ресурсы сети Интернет:

1. www.gramota.ru
2. www.textology.ru
3. www.projectimo.ru
4. www.teslatarget.ru
5. www.texterra.ru
6. www.youtube.com
7. www.tsu.ru

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Яндекс диск, Облако Mail.ru и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

в) профессиональные базы данных (*при наличии*):

- Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Шамсудинова Снежана Сергеевна, канд. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ