

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

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан филологического факультета


И.В. Тубалова

« 30 » 08 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Технологии создания разных видов вербального текста

по направлению подготовки


42.04.03 Издательское дело

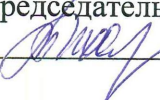
Направленность (профиль) подготовки:
Управление контентом и медиапроектами

Форма обучения
Очная

Квалификация
Контент-продюсер – медиаменеджер

Год приема
2024

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОПОП
 И.А. Айзикова

Председатель УМК
 Ю.А. Тихомирова

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– БК-1 – Способен действовать самостоятельно в условиях неопределенности при решении профессиональных задач и брать на себя ответственность за последствия принятых решений

– ОПК-1 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты.

– ПК-2 – Способен организовывать и контролировать подготовку, выпуск и продвижение медиапродукта с выполнением базовых принципов, норм и правил, технических условий проектной деятельности и управления ею в медиасфере.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РБК-1.2. Умеет принимать наиболее эффективные решения в условиях ограничения информации и ресурсов.

РОПК-1.2. Умеет прогнозировать спрос на медиатексты и (или) медиапродукты на основании исследования рынка медиапродуктов.

РПК-2.1. Знает существенные характеристики медиапродуктов разных видов, жанров, стилей и форматов, а также нормативные и технологические требования к их подготовке к выпуску.

2. Задачи освоения дисциплины

– систематизировать знания о вербальных текстах разных функциональных стилей как единицах коммуникации, форма и содержание которых обусловлены социокультурными факторами;

– рассмотреть сферы применения вербальных текстов разных стилей, подстилей и видов для выявления критериев, обуславливающих их общественную востребованность;

– освоить методы планирования и организации процесса создания вербальных текстов разных стилей и видов.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

Дисциплина входит в модуль «Производство и продвижение контента».

4. Семестр освоения и форма промежуточной аттестации по дисциплине

Первый 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 в частности, «Русский язык».

6. Язык реализации

Русский.

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часа, из которых:

– лекции: 0 ч.;

– семинарские занятия: 0 ч.

– практические занятия: 24 ч.;

– лабораторные работы: 0 ч.

в том числе практическая подготовка: 24 ч.
Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Вербальный текст как объект профессиональной деятельности

Особенности вербального текста. Типология вербальных текстов. Цели и задачи автора и редактора при работе над вербальным текстом. Основной инструментарий для работы с текстом: MS Word: неочевидные функции; «Яндекс.Документы»: обзор возможностей; вспомогательные сервисы проверки текста по разным параметрам и критериям: «Главред», «Адвего», «Текст.ру» и другие.

Тема 2. Создание официально-деловых текстов

Специфика официально-делового текста. Виды официально-деловых текстов, их характеристика и структура. Планирование структуры официально-делового текста. Шаблоны официально-деловых текстов: структурные элементы, устойчивые фразы, реквизиты. Оценка содержания и структуры официально-делового текста. Оценка корректности и непротиворечивости формулировок. Правила ведения деловой переписки.

Тема 3. Создание рекламных текстов

Специфика рекламного текста. Виды рекламных текстов, их характеристика и структура. Организация содержания: формулы, пирамида Минто, корреляция с СЖМ, ментальные карты. Риторические приемы в рекламном тексте. Проверка соответствия текста целевой аудитории. Оценка содержания и структуры официально-делового текста.

Тема 4. Создание коммерческих текстов

Копирайтер, заказчик, текст. Копирайтинг для социальных сетей. Тексты для рассылок. Тексты для лендингов. Презентации. Форматы коммерческих текстов и задачи, которые они решают. Продающий контент: УТП, отстройка, конкурентный анализ. Рабочие схемы и структура продающих текстов. Контент-план, темник, матрица контента. SEO-тексты и контент для маркетплейсов.

Тема 5. Вербальная айдентика

Тексты о компании, коммерческие предложения и корпоративные СМИ. Tone of voice бренда, нейминг и слоганы, бренд-легенды.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля

- проверочных тестов по темам курса,
- выполнения домашних заданий и их разбора на вебинарах.

Фиксируется в форме *контрольной точки* раз в семестр.

Результат текущего контроля («аттестован» / «не аттестован») учитывается на промежуточной аттестации (зачет с оценкой), проходящей в виде сдачи комплекта из 6 домашних заданий по созданию и редактированию вербальных текстов разных видов, над которыми студенты работают в течение семестра. Каждое из них – в силу сложной, многоуровневой природы текста – способствует формированию образовательных компетенций и подлежит оценке в их взаимосвязи. К моменту начала текущей аттестации студенту необходимо выполнить 3 первых домашних задания, а также написать 2 проверочных теста. Конечная оценка уровня сформированности образовательных компетенций осуществляется в два этапа (на текущей и промежуточной аттестациях) и проводится по балльно-рейтинговой системе. Максимально возможное количество баллов по дисциплине – 184 (144 за домашние задания, 40 за тесты). Для получения оценки

«аттестован» за текущую аттестацию студенту необходимо набрать как минимум 80 баллов из 112 возможных на данном этапе (72 за 3 домашних задания, 40 за 2 теста). За каждый правильный ответ в тесте начисляется 2 балла; общее количество вопросов в каждом тесте – 10. В домашних заданиях баллы выставляются по критериям оценки уровня освоения компетенций, единым для текущей и промежуточной аттестации. Максимальное количество баллов за одно задание – 24. При этом учитывается специфика задания и представленного в нем текста определенного стиля и жанра, что коррелирует с описанием компетенций.

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 первом семестре предполагает суммирование баллов за выполнение всех домашних заданий и проверочных тестов курса, описанных в предыдущем разделе. Для получения оценки «отлично» необходимо набрать 161–184 баллов. Для оценки «хорошо» – 136–160 баллов. Для оценки «удовлетворительно» – 112–135 баллов. Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент набрал менее 0–111 баллов.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» – <https://moodle.tsu.ru>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (<https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>)

в) План практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

— Земская Ю. Н. Теория текста: учеб. пособие / Ю. Н. Земская, И. Ю. Качесова, Л. М. Комиссарова; под ред. А. А. Чувакина. — М.: Флинта, 2021. — 224 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1233380>

— Солганик, Г. Я. Стилистика текста: учеб. пособие / Г. Я. Солганик. — М.: ФЛИНТА, 2018. — 255 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1147379>

— Голуб И. Б. Литературное редактирование: учеб. пособие / И. Б. Голуб. — М.: Логос, 2020. — 432 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1212414>

— Руженцева Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учеб. пособие / Н. Б. Руженцева. — М.: ФЛИНТА, 2022. — 184 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1875190>

— Сенин И. Н. Основы юридической техники: учеб. пособие / И. Н. Сенин. — М.; Берлин: Директ-Медиа, 2020. — 172 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1912297>

— Котюрова М. П. Современный научный текст (сквозь призму дискурсивных изменений): монография / М. П. Котюрова, Н. В. Соловьева. — М.: ФЛИНТА, 2019. — 263 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1862922>

— Рекламный дискурс и рекламный текст: монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева. — М.: Флинта, 2021. — 296 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843254>

б) дополнительная литература:

— Кайда Л. Г. Стилистика текста: от теории композиции — к декодированию: учеб. пособие / Л. Г. Кайда. — М.: ФЛИНТА, 2022. — 208 с.

— Кашанина Т. В. Юридическая техника: учебник / Т.В. Кашанина, — М.: Юр. Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2015. — 496 с.

— Высоцкая И. В. Современный рекламный текст: прецедентность и интердискурсивность: учеб. пособие / И. В. Высоцкая. — М.: ФЛИНТА, 2022. — 84 с.

— Шугерман Д. Как создать крутой рекламный текст: принципы выдающегося американского копирайтера / Д. Шугерман; пер. с англ. — М.: Альпина Паблицер, 2020. — 438 с.

— Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н. Г. Иншакова. — М.: Аспект Пресс, 2014. — 256 с.

— Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы: монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — М.: ФЛИНТА, 2018. — 296 с.

в) ресурсы сети Интернет:

— Общероссийская Сеть «КонсультантПлюс». Справочная правовая система — <http://www.consultant.ru>.

— Русский язык — справочно-информационный портал Грамота.Ру — <http://gramota.ru>

— Словари.ру — <http://slovari.ru>

— Словари и энциклопедии на Академике — <http://dic.academic.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 (Google Docs, Яндекс.Диск и т.п.);

— Адвего. Биржа копирайтинга, контента, фриланса — <https://advego.com>;

— Главред — <https://glvrd.ru>;

— Текст.ру — <https://text.ru>;

— Орфограммка — <https://orfogrammka.ru>.

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/>

14. Материально-техническое обеспечение

Дисциплина реализуется в онлайн-режиме. Материальное обеспечение не требуется.

15. Информация о разработчиках

Смолянинов Артем Витальевич, канд.филол.н., ассистент кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования ФилФ НИ ТГУ.