

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:  
Декан  
В.В. Мацура

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  
**2025**

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

Томск – 2025

## **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. Мультимодальные коммуникации в рекламе и PR**

- Взаимодействие различных знаковых систем (текст, изображение, звук).
- Примеры успешного применения мультимодальности 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.
- Критерии 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 семестре.

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**

- Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle»  
- <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>
- Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.
- План семинарских / практических занятий по дисциплине.
- Методические указания по проведению лабораторных работ.

### **12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет**

- основная литература:
  - 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>
  - Ильяхов М. О. Пиши, сокращай : как создавать сильный текст / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. - 3-е изд.. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 439 с.: ил.
  - 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>
  - Солганик Г. Я. Стилистика русского языка / Солганик Г. Я.. - Москва : ФЛИНТА, 2022. - 248 с.

6) 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. Сорпус, 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](http://www.gramota.ru)
2. [www.textology.ru](http://www.textology.ru)
3. [www.projectimo.ru](http://www.projectimo.ru)
4. [www.teslatarget.ru](http://www.teslatarget.ru)
5. [www.texterra.ru](http://www.texterra.ru)
6. [www.youtube.com](http://www.youtube.com)
7. [www.tsu.ru](http://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 смешанном 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