



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02.ДВ.01.01 ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКИЙ ПРАКТИКУМ

Направление подготовки: 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Профиль подготовки: Русский язык и литература, Дополнительное образование (контент-менеджмент)

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очная

Институт: филологии

Кафедра: русского языка, методики его преподавания и документоведения

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	5		
Семестр/триместр	10		

Лекции	18		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	18		
в т.ч. практическая подготовка	4		
Консультации			
Форма(ы) промежуточной аттестации	Зачет		
Контроль			
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	36		

Всего часов: 72

Трудоёмкость: 2 зачетные единицы

Разработчик(и) рабочей программы:
доктор филологических наук, доцент

О.А. Селеменова

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины:

знакомство студентов с ключевыми вопросами текстологии и интернет-коммуникации, обучение продуцированию текстового контента коммерческих и информационных сайтов.

Задачи изучения дисциплины:

- расширить знания студентов о теории текста как научной дисциплине;
- познакомить студентов с основными жанрами интернет-коммуникации;
- научить студентов создавать тексты публицистического стиля для информационных сайтов и рекламного стиля для коммерческих сайтов.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПКС-2	Знать: <ul style="list-style-type: none">- закономерности, принципы и уровни формирования и реализации содержания образования по русскому языку и литературе;- структуру, состав и дидактические единицы содержания школьного предмета по русскому языку и литературе.	Знает: <ul style="list-style-type: none">- основные каналы восприятия информации и особенности внимания, которые влияют на потребность в визуализации;- примерную структуру текстов для публичных выступлений.
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">- осуществлять отбор учебного содержания для реализации в различных формах обучения русскому языку и литературе в соответствии с дидактическими целями, возрастными особенностями обучающихся и требованиями ФГОС общего образования.	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- использовать теоретический материал по дисциплине в своей практической деятельности.
	Владеть: <ul style="list-style-type: none">- предметным содержанием русского языка и литературы;- умениями отбора вариативного содержания с учетом взаимосвязи урочной и внеурочной форм обучения русскому языку и литературе.	Владеет: <ul style="list-style-type: none">- навыками создания текстов для публичных выступлений;- техникой визуализации данных при подготовке выступлений в ходе урочной и внеурочной деятельности.

ПКС-3	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы управления наполнением сайта, совокупность последовательных действий, направленных на обновление его контента; - основы создания информационных текстов для интернет-ресурсов; - основы планирования и создания визуальной оболочки сайта, его структуры и навигационной системы; - методические основы дополнительного образования в сфере подготовки контент-менеджеров. 	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этапы подготовки публичного выступления; - приемы отбора средств наглядности при публичном выступлении.
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - управлять наполнением сайта и осуществлять процесс обновления информации на нем в соответствии с потребностями посетителей; - анализировать, создавать и редактировать текстовый контент сайта; - работать с цифровыми инструментами и сервисами для создания и редактирования графического контента сайта, релевантного содержанию текста; - осуществлять образовательную деятельность по программам дополнительного образования в сфере подготовки контент-менеджеров. 	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать тексты публичных выступлений; - использовать приемы и техники визуализации данных.
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с текстовым и графическим контентом сайта, а именно наполнением, анализом и оптимизацией web-страниц в соответствии с задачами сайта, а также с информационными потребностями его целевой аудитории; - навыками проектирования и реализации программ дополнительного образования в сфере подготовки контент-менеджеров. 	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с текстами публичных выступлений и подготовкой средств наглядности.

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЁМ ДИСЦИПЛИНЫ
с указанием количества часов, выделенных на контактную работу
обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)
и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
Раздел 1. <u>Общие вопросы текстологии и интернет-коммуникации</u>						
1.	Тема 1. <u>Понятие о текстоцентризме. Предмет и объект теории текста. Восприятие текста.</u>	9	3	2		4
2.	Тема 2. <u>Признаки и типы текстов.</u>	9	3	2		4
3.	Тема 3. <u>Вербальные и невербальные способы передачи значений в тексте. Креолизованные тексты.</u>	8	2	2		4
4.	Тема 4. <u>Особенности интернет-коммуникации, ее жанры. Интернет-тексты и их речевые особенности.</u>	8	2	2		4
Раздел 2. <u>Письменные тексты публицистического и рекламного стилей для контента коммерческих и информационных сайтов</u>						
5.	Тема 4. <u>Функциональные стили и жанры. Публицистический стиль. Тексты публицистического стиля</u>	11	4	3		4
6.	Тема 5. <u>Рекламный стиль. Рекламный текст. Язык рекламного текста. Копирайтинг</u>	13	4	3		6
7.	Тема 6. <u>Создание текстов публицистического и рекламного стилей для контента информационных и коммерческих сайтов</u>	14		4		10
	<i>Зачет</i>					
	<i>Итого за 10 семестр:</i>	72	18	18		36
	<i>в т.ч. практическая подготовка</i>	4				
	ИТОГО:	72	18	18		36

Очно-заочная форма обучения

Не реализуется.

Заочная форма обучения

Не реализуется.

**III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы, реферата и др.

Типовой вариант контрольной работы

Задание 1.	К невербальным средствам письменных текстов разных стилей относят...
1)	шрифтовое варьирование
2)	иллюстрации
3)	признаковую лексику
4)	цветовое оформление
5)	пространственное расположение текста на странице
Задание 2.	Укажите существенные признаки современного письма.
1)	Использование устойчивых символов
2)	Недолговременность
3)	Фиксация конкретных речевых произведений
4)	Визуальность
5)	Объемность
Задание 3.	К правилам создания рекламного текста нельзя отнести следующий (-ие) тезис (-ы):
1)	высказывайтесь интересно
2)	будьте оригинальны
3)	не стремитесь привлечь внимание
4)	используйте технический жаргон
5)	будьте кратким
Задание 4.	Наукой о человеке пишущем называют...
1)	теорию текста
2)	грамматологию
3)	скрипторику
4)	психолингвистику
5)	этнолингвистику
Задание 5.	По типу контента сайты делятся на...
1)	текстовый
2)	графический
3)	личный
4)	коллективный
5)	видеоконтент
Задание 6.	Теория текста сложилась как научная дисциплина в ...
1)	первой половине XX века
2)	второй половине XIX века
3)	второй половине XX века
4)	XVIII веке
5)	первой трети XXI века
Задание 7.	Компонент смысла текста, который не выражен словесно, называется...
1)	препозиция

2)	контекст
3)	пропозиция
4)	постпозиция
5)	пресуппозиция

Задание 8.	Фоновые знания – это...
1)	знания об окружающем природном мире
2)	знания о художественных текстах
3)	знания реалий и культуры
4)	философские знания
5)	научные знания

Задание 9.	Синграфемика – это...
1)	пунктуационное варьирование, выразительные возможности знаков препинания и пунктуационных комплексов
2)	пространственно-плоскостное варьирование текста
3)	внедрение изображения в слово и замена одной или нескольких букв
4)	использование видеоряда
5)	пропуск в тексте

Задание 10.	Связность линейных последовательностей (высказываний, межфразовых единств) в тексте называют...
1)	глобальная связность
2)	цепная связь
3)	контекст
4)	локальная связность
5)	ключевые слова

Задание 11.	В примере «Я считаю, что ему в работе многого не хватает. Например, объективности» структурная связь ...
1)	левосторонняя
2)	правосторонняя
3)	отсутствует
4)	правосторонняя и левосторонняя
5)	синонимическая

Задание 12.	В примере «Мучительные боли в ампутированной ноге часто не давали Ивану Степановичу заснуть. В таких случаях он вставал и, преодолевая боль, садился за пишущую машинку» структурная связь...
1)	левосторонняя
2)	правосторонняя
3)	отсутствует
4)	правосторонняя и левосторонняя
5)	осуществляется посредством лексических повторов

Задание 13.	К нехудожественным текстам относятся...
1)	тексты массовой коммуникации
2)	романы-эпопеи
3)	монографии
4)	договор
5)	басня

Задание 14.	<p>Определите, когда был создан приведенный ниже фрагмент текста.</p> <p>В дни великой борьбы с внешним врагом, стремящимся почти три года поработить нашу Родину, Господу Богу было ниспослать России новые тяжкие испытания. Начавшиеся внутренние народные волнения грозят бедственно отразиться на дальнейшем ведении упорной войны. Судьба России, честь геройской нашей армии, благо народа, все будущее дорогого нашего Отечества требуют доведения войны во что бы то ни стало победного конца.</p>
1)	В первой половине XIX века.
2)	Во второй половине XIX века.
3)	В первой трети XX века.
4)	Во второй трети XX века.
5)	Во второй половине XVIII века.

Задание 15.	<p>Использование терминологической лексики в рекламном тексте способствует созданию...</p>
1)	эффекта присутствия
2)	эффекта полемики
3)	эффекта словесной наглядности
4)	эффекта эмоционального сопереживания
5)	эффекта доверия

Задание 16.	<p>Шрифтовое варьирование в креолизованном тексте не выполняет ... функцию.</p>
1)	Аттрактивную
2)	Смысловыделительную
3)	Экспрессивную
4)	Коммуникативную
5)	Символическую

Задание 17.	<p>Индивидуальные фоновые знания служат средством создания...</p>
1)	литоты
2)	гиперболы
3)	метафоры
4)	подтекста
5)	сравнения

Задание 18.	<p>Использование императивных предложений в рекламном тексте способствует созданию...</p>
1)	эффекта присутствия
2)	эффекта постепенного усиления
3)	эффекта словесной наглядности
4)	эффекта эмоционального сопереживания
5)	эффекта доверия

Задание 19	<p>Имена собственные с устойчивым ассоциативным содержанием, с общим фоном известности (имена знаменитостей, имеющих отношение к шоу-бизнесу, спорту, кино), использующие в рекламных текстах с целью эффективного воздействия на потенциального потребителя, называются...</p>
1)	прагматонимы
2)	топонимы

3)	аллюзивные антропнимы
4)	эпонимы
5)	зоонимы

Задание 20. Характерными чертами синтаксиса рекламных текстов являются...

- | | |
|----|---------------------------|
| 1) | сегментированность |
| 2) | использование англицизмов |
| 3) | лаконичность |
| 4) | экспрессивность |
| 5) | императивность |

Примерная тематика рефератов

1. Текстocентризм как основное качество современной научной парадигмы.
2. Письменный текст как особая форма речевой коммуникации.
3. Основные жанровые разновидности интернет-текстов.
4. Образ автора как конструктивный признак текста.
5. Креолизованные тексты как сложный лингвовизуальный феномен.
6. Своеобразие языка рекламного текста.
7. Цвет как рекламная технология.
8. Виртуальная языковая личность: речевой портрет.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с использованием следующих оценочных материалов: *перечень вопросов к зачету*.

Вопросы к зачету (10 семестр, очная форма обучения)

1. Текстocентризм как основное качество современной научной парадигмы. Теория текста как научная дисциплина. Предмет и объект теории текста. Двунправленность текста.
2. Восприятие текста. Пресуппозиция. Типы фоновых знаний (социальные, индивидуальные, коллективные). Индивидуальные фоновые знания как средство создания подтекста.
3. Связность как конструктивный признак текста. Локальная связность. Глобальная связность. Эксплицитная и имплицитная структурная связь. Структурные сигналы связи. Левосторонняя и правосторонняя структурная связь.
4. Содержательная цельность текста. Ключевые слова как семантически важный элемент текста.
5. Критерии типологизации текстов. Художественные и нехудожественные тексты. Монологический и диалогический текст. Устные и письменные тексты.
6. Текст как коммуникативная единица. Вербальные средства передачи значений в тексте. Языковые средства связи высказываний в тексте.

Цепная связь, ее виды. Параллельная связь в тексте. Языковые средства межфразовой связи.

7. Невербальные средства передачи значений в тексте. «Немые» языки. Креолизованные тексты как сложный лингвовизуальный феномен.

8. Публицистический стиль и его признаки. Языковые средства публицистического стиля. Жанры письменной разновидности публицистического стиля. Особенности публицистического стиля в электронных СМИ.

9. Понятие о рекламе и ее функциях. История возникновения рекламы.

10. Вопрос о рекламном стиле в системе функциональных стилей русского языка. Его основные признаки: гибридность, синтетичность, диалогичность, личностность изложения, использование аргументации, языковое манипулирование.

11. Структура рекламного текста. Эффекты рекламы: эффект словесной наглядности, эффект эмоционального сопереживания, эффект размышления, эффект доверия, эффект полемики, эффект прямого разговора, эффект присутствия, эффект постепенного усиления, эффект края, эффект обманутого ожидания.

12. Своеобразие языка рекламного текста: лексические особенности; морфологические особенности; синтаксические особенности.

13. Копирайтинг в контексте целей и задач рекламы.

14. Особенности интернет-коммуникации.

15. Виды текстов на интернет-сайтах, их речевые особенности.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) / В. Л. Музыкант, Д. С. Скарнев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 274 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064> (дата обращения: 05.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9709-2. – Текст : электронный.

2. Теория текста : учебное пособие : / Ю. Н. Земская, И. Ю. Качесова, Л. М. Комиссарова и др. ; под ред. А. А. Чувакина. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 224 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57627> (дата обращения: 30.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-0841-5. – Текст : электронный.

4.2. Дополнительная литература

1. Дымова, С.С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие / С.С. Дымова, В.С. Матюшкин, В.Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. –

Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919> (дата обращения: 01.09.2021). – Библиогр.: 122-123. – ISBN 978-5-6042873-3-0. – Текст : электронный.

2. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева. – 3-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 297 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83209> (дата обращения: 01.09.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-1112-5. – Текст : электронный.

3. Селеменева, О.А. Учебный практикум по креативному письму / О.А. Селеменева О.А. – Елец : ЕГУ им. И.А. Бунина, 2019. – 123 с. – Режим доступа : свободный. URL: <http://elsu.ru/kaf/tir/edu> (дата обращения: 01.09.2021) – Текст : электронный.

4. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие / Е.Н. Сердобинцева. – 4-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575> (дата обращения: 01.09.2021). – Библиогр.: с. 128-129. – ISBN 978-5-9765-0910-8. – Текст : электронный.

5. Трофимова, О.В. Публицистический текст: лингвистический анализ / О.В. Трофимова, Н.В. Кузнецова. – 2-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 303 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57584> (дата обращения: 01.09.2021). – Библиогр.: с. 292-297. – ISBN 978-5-9765-0931-3. – Текст : электронный.

6. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны») : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 260 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124> (дата обращения: 01.09.2021). – Библиогр.: с. 254-255. – ISBN 978-5-394-02257-9. – Текст : электронный.

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
------	---------------------------------	---	-------------

1.	www.philology.ru	Филологический портал Philology.ru компактно представляет в интернете различную информацию, касающуюся филологии как теоретической и прикладной науки. Центральным разделом портала является библиотека филологических текстов (монографий, статей, методических пособий).	Свободный доступ.
----	--	---	-------------------

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС). Университетская библиотека онлайн.	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.
2.	http://slovari.ru/	СЛОВАРИ.РУ. Словарная база содержит 21 том основных интерактивных лингвистических словарей, многие из которых входят в золотой фонд отечественной лексикографии. Позволяет осуществлять одновременный поиск по сотням тысяч словарных статей во всех представленных словарях	Регистрация пользователей через любой компьютер. В дальнейшем индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
3.	www.gramota.ru	Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех. Словари, справочники. Онлайн-проверка правописания, консультации специалистов.	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.