

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Семантика и прагматика продвигающего текста»

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): Пресс-служба в системе медиакоммуникаций

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Москва

Разработчик:

В.А. Гапутина, кандидат филологических наук, доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины **«Семантика и прагматика продвигающего текста»** является формирование у обучающихся способностей к: 1) анализу продвигающих текстов с точки зрения семантического содержания и прагматического потенциала, а также соблюдения правовых и этических норм; 2) использованию разно-уровневых прагмалингвистических средств как инструментов воздействия на аудиторию; 3) созданию эффективных текстов в устной и письменной форме, способствующих продвижению идей, концепций, товаров и услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, дисциплина **«Семантика и прагматика продвигающего текста»** относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.01.03).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		Знать	уметь	Владеть
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Определяет и принимает условия, необходимые для успешной реализации проекта	Знать основы проектного управления: этапы жизненного цикла проекта; технику определения критериев успеха проекта.	Уметь анализировать внешние и внутренние факторы, влияющие на успешность проекта.	Владеть навыками медиапланирования; методикой идентификации, оценки и управления рисками, связанными с проектом; инструментами проектного управления.
	УК-3.2 Участвует в реализации проектов, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знать основы командной работы, комплекс стратегий решения конфликтов и достижения консенсуса.	Уметь формулировать совместные цели и задачи, а также разрабатывать план действий для их достижения.	Владеть навыками фасилитации; методикой поддержания мотивации и вовлеченности членов команды. Инструментами проектного управления: Умение использовать программные средства для координации задач и

				мониторинга хода работы
				команды
ПК-1 Способен организовывать и координировать работу пресс-службы организации, производство и продвижение медиатекстов и медиапродуктов с учетом правовых и этических норм и потребностей аудитории	ПК-1.1 Владеет основами действующего законодательства в сфере медиа, оценивает медиа-и информационные продукты с точки зрения правовых и этических норм, обеспечивает соблюдение этих норм	Знать основные законы и нормативные акты, регулирующие деятельность медиа, права и обязанности журналистов, медиасоздателей и медиапотребителей, кодексы этики журналистики и медиа-организаций.	Уметь анализировать содержание медиапродуктов на предмет соответствия правовым требованиям и этическим нормам, выявлять возможные риски или нарушения в контенте, применять законодательные нормы на практике при создании медиапродуктов и решении конфликтных ситуаций.	Владеть методами правового анализа и оценки рисков, связанных с производством и распространением медиаконтента, практиками и процедурами разрешения правовых споров в области медиа.
ПК-2 Способен готовить материалы на актуальную тему для различных информационных ресурсов, готовить тексты для публичных выступлений, выступать публично на различных мероприятиях	ПК-2.1 Осуществляет поиск и оценку информационных поводов, собирает и анализирует информацию для подготовки материала, владеет навыками фактчекинга	Знать инструменты и ресурсы для поиска информации (интернет, базы данных, официальные источники), принципы работы с первоисточниками и вторичной информацией.	Уметь использовать различные источники для поиска актуальных тем и событий; отбирать и оценивать значимость информационных поводов для подготовки материала; систематизировать и анализировать собранную информацию, выделяя ключевые факты и тренды; применять навыки фактчекинга.	Владеть навыками критического мышления; инструментами для анализа и визуализации данных, навыками подготовки качественных достоверных материалов.

	ПК-2.2 Владеет навыками копирайтинга и рерайтинга; создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики	Знать принципы и техники эффективного написания текстов для различных целевых аудиторий и медиаплатформ; различия между копирайтингом и рерайтингом; основы работы с мультимедиа.	Уметь создавать оригинальные продвигающие тексты; осуществлять рерайт и оптимизировать тексты для SEO, интегрировать мультимедийные элементы.	Владеть навыками корректуры и редактирования своих и чужих текстов для улучшения их качества и соответствия требованиям; навыками работы с графическими редакторами.
--	---	--	--	---

	ПК-2.3 Владеет навыками корректного использования выразительных средств, спичрайтинга, устных публичных выступлений, подготовки презентаций	Знать разноуровневые элокутивные средства; принципы спичрайтинга: элементы взаимодействия с аудиторией, методы создания мультимедийных презентаций в различных программах.	Уметь грамотно использовать выразительные средства для создания эффективного продвигающего текста в устной и письменной форме.	Владеть эффективными навыками интерактивного взаимодействия с аудиторией, базовыми навыками работы с мультимедийным оборудованием.
--	---	---	---	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	<u>очная</u> форма обучения
	2 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	2
Количество часов по учебному плану (час.)	72
Контактная работа (всего)	32
в том числе в форме практической подготовки	
В том числе:	
Лекции	16
Практические занятия	16
Лабораторные работы	
Самостоятельная работа (всего)	38
Курсовая работа (для ОПОП бакалавриата)	
Форма промежуточной аттестации	2
_____зачет_____	
(зачет, зачет с оценкой, экзамен)	

4.2. Структура и содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов дисциплины	Количество часов по учебному плану	Контактная работа (часы), из них			Самостоятельная работа	Форма промежуточной аттестации	Формы текущего контроля успеваемости	Код ИДК
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы				
	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма
1. Текст в системе медиа- и маркетинговых коммуникаций	12	2	2		8		УО, ПДР	УК-3.1, УК-3.2, ПК-2.2.
2. Структурно-содержательные, форматно-жанровые и лингвостилистические особенности продвигающих текстов	18	4	4		10		УО, ПДР	ПК-2.2., ПК-2.3.
3. Прагматика продвигающего текста	18	4	4		10		УО, ПДР, КР	ПК-2.2., ПК-2.3.
4. Методика создания и редактирования продвигающего текста	22	6	6		10		УО, ПДР, Т	ПК-1.1., ПК-2.1., ПК-2.2., ПК-2.3.
Форма промежуточной аттестации – _____зачет_____ (зачет, зачет с оценкой, экзамен)		16	16		38	2		
Итого	72							

Примечание:

Условные обозначения форм контроля:

УО-устный опрос, Т-тестирование, ПДР – письменная домашняя работа, КР – контрольная работа

5. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Семантика и прагматика продвигающего текста» применяются следующие образовательные технологии:

- интерактивное обучение
- информационно-коммуникационные технологии
- технология геймификации (включение игровых элементов)
- кейс-технологии

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих:

- информационно-коммуникационные технологии
- проектные технологии
- кейс-технологии
- сквозные цифровые технологии
- индивидуальное обучение
- работу с учебной и научной литературой

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебная и учебно-методическая литература, учебно-методические и другие материалы, необходимые для изучения дисциплины:

6.1. Список учебной литературы

Основная литература:

1. Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста [Электронный ресурс]: коллективная монография / под ред. Е.Г. Борисовой, Л.Г. Викуловой. — 2-е изд., стер. — М. : ФЛИНТА, 2020. — 164 с.
2. Рекламный текст: учебное пособие / Н. В. Аниськина, Т. Б. Колышкина; Ярославский гос. пед. ун-т им. К. Д. Ушинского. - Ярославль : ЯГПУ им. К. Д. Ушинского, 2006 (Ярославль : Типография "Канцлер"). - 87 с.

Дополнительная литература:

1. Болотнова, Н. С. Методики смыслового и лингвопрагматического анализа медиатекста: учебное пособие / Н. С. Болотнова. — 2-е изд., стер. Москва : ФЛИНТА, 2019. — 156 с.
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: Учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 345 с.
3. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов: учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2024. — 325 с.
4. Кривоносов А.Д. Жанры PR-текста : Учеб. пособие для студентов отд-ний

связей с общественностью / А. Д. Кривоносов; С.-Петерб. гос. ун-т. Фак. журналистики. Каф. обществ. связей и рекламы. — СПб., 2001. — 138 с

5. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 132 с
6. Медиалингвистика в современной научной парадигме: коллективная монография / Е. Г. Борисова [и др.] ; под редакцией Н. И. Клушиной, Т. В. Ицко-вич, Л. В. Селезневой. — Москва : Издательство «ФЛИНТА», 2024. — 308 с.
7. Пильгун М.А. Формирование контента в современном коммуникационном пространстве. Монография. — М., 2012. — 212 с.
8. Ученова, В. В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа? учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика» и «Реклама» / В.В. Учёнова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017
9. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.]. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с.

6.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Ресурсы сети Интернет, необходимые для изучения дисциплины:

Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность (свободный доступ/ограниченный доступ)
Информационно-справочные системы		
1. Мультимедийная журналистика и сторителлинг	http://sila.media/multimedia/	Свободный
2. Портал исследований СМИ и методик журналистского образования:	http://www.mediascope.ru/	Свободный
3. Сделано.медиа	https://sdelano.media	Свободный
4. Служба распространения пресс-релизов «Пресс-релиз.ру»	http://www.press-release.ru/	Свободный
5. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)	https://www.wciom.ru/	Свободный
6. Все о рекламе, маркетинге и PR	http://www.advertology.ru/	Свободный
Электронно-библиотечные системы		
1. Библиотека Гумер	http://www.gumer.info/	Свободный
2. Уроки журналистики для начинающих: электронная библиотека	http://www.journ-lessons.com/litra.html/	Свободный
3. ЭБС «ИНФРА-М»	http://znanium.com	Свободный
Профессиональные базы данных		

6.5. Содержание самостоятельной работы

1. Текст в системе медиа- и маркетинговых коммуникаций

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Продвижение в системе маркетинговых процессов. Основы исследования продвижения в маркетинговой лингвистике. Продвигающие коммуникации как объект медиалингвистики (Л.В. Ухова, Е.С. Кара-Мурза, Е.В. Медведева, Е.Г. Борисова).
2. Понятие продвигающего текста. Продающий и продвигающий текст: подходы к разграничению понятий.
3. Сферы актуализации продвигающих текстов (реклама, лайфстайл-журналистика, PR). Продвигающий текст в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Продвигающий текст в научном дискурсе, книгоиздании и детской литературе.
4. Уникальный и оптимизированный текст. Копирайтинг и рерайтинг.

Задания для самостоятельной работы:

1. Познакомьтесь с определениями понятий продвигающего и продающего текста, данными Л.В. Уховой, Н.В. Аниськиной, Е.Г. Борисовой, Е.С. Кара-Мурзой, М.А. Васильченко и др. Выделите сходства и различия.
2. Подберите примеры рекламного, журналистского и PR-текстов. Докажите, что их основная интенция заключается в продвижении товара (услуги, организации, личного бренда, идеи и др.), а не в его продаже.

2. Структурно-содержательные, форматно-жанровые и лингвостилистические особенности продвигающих текстов

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Риторический канон и этапы создания продвигающего текста.
2. Структура продвигающего текста. Линейное и иерархическое структурирование. Нарративная структура продвигающего текста. Модели построения продвигающего текста.
3. Форматы и жанры продвигающих текстов. Имиджевый рекламный ролик, имиджевое интервью, медиацит, пресс-ревью, сторителлинг, бэкграундер, пресс-цит, ньюслеттер и пр. Продвигающие тексты в социальных сетях.
4. Интралингвистические и экстралингвистические особенности продвигающих текстов.
5. Коммуникативно-стилевая мимикрия продвигающих текстов (Н.В. Аниськина, Л.В. Ухова)

Задания для самостоятельной работы:

1. Познакомьтесь с основными моделями построения рекламных текстов (AIDA (ее варианты, ACCA, DiBABA, DagMar, ODS, PMHS, SCH, АПОРТ, VIPS, PINC). Подберите примеры рекламных текстов, в которых актуализируются эти модели.
2. Пользуясь интернет-сайтом «Пресс-релиз.ру» (<http://www.press-release.ru/>), подберите 5 пресс-релизов из разных тематических рубрик и проанализируйте их интралингвистические особенности.
3. Выберите нишевый телеграм-канал (спорт, мода, красота, путешествия, бизнес, интерьер) и проанализируйте его с точки зрения использо-

вания инструментов продвижения (виральный контент, взаимопиар, нативная реклама, юмор, конкурсные механики, интерактивное взаимодействие с аудиторией и др.). Выделите форматно-жанровые признаки размещаемых в них постов.

4. Прочитайте статью Аниськина Н. В., Ухова Л. В. Коммуникативно-стилевая мимикрия как важный прием создания «продвигающего» текста // Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста: коллективная монография / под ред. Е. Г. Борисовой, Л. Г. Викуловой. М.: Флинта; Наука, 2018. С. 57-65. Подберите примеры текстов, иллюстрирующих коммуникативно-стилевую мимикрию по типу дискурса, мимикрию жанровых форм, мимикрия образа адресанта. Какую ключевую характеристику продвигающего текста реализует использование этих приемов?

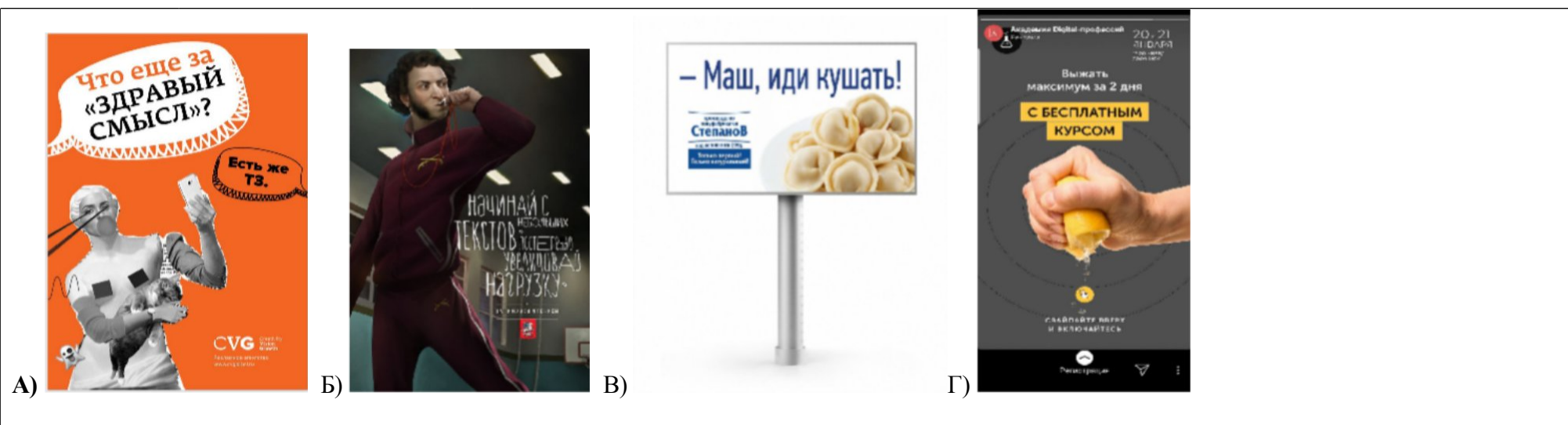
3. Прагматика продвигающего текста

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Продвигающий текст как объект перлокутивной лингвистики.
2. Прагматика продвигающего текста: фактор адресанта и фактор адресата (целевой аудитории). Продвигающий текст в аспекте теории поколений В. Штрауса и Н. Хоуфа.
3. Прагмалингвистические особенности продвигающего текста на графическом, фонетическом, словообразовательном, лексическом, морфологическом, синтаксическом, текстовом, дискурсивном уровне. Прагматика поликодово-мультимодального продвигающего текста.

Задания для самостоятельной работы:

1. Найдите имиджевые интервью с известными медиаперсонами (например, основательницей Wildberries Татьяной Бакальчук для РБК, ректором УрФУ В. Кокшаровым для ТАСС). Какова основная цель их появления в СМИ (высокая конкуренция, проблемы с репутацией, удержание позиций, ребрендинг)? Выделите основные приемы воздействия на аудиторию, используемые коммуникантами.
2. А) Проанализируйте прагматику следующих поликодовых текстов с точки зрения фактора адресата. Какие вербальные и визуальные стилистические средства в них использованы?
Б) Подберите примеры продвигающих текстов, ориентированных на ЦА, дифференцированную по а) возрасту; б) гендеру; в) национальности; г) социокультурным особенностям; д) интересам и образу жизни. Сравните использование в них прагмалингвистических средств.



4. Методика создания и редактирования продвигающего текста

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Социально-психологические основы эффективного продвигающего текста.
2. Креатив в разработке и продвижении контента. Критерии отбора слов для продвигающего текста. Основы SEO- оптимизации.
3. Ловушки внимания («catch words»). Приемы разработки заголовка-айстоппера. Тактики вовлечения. Игровые и конкурсные механики.
4. Приемы редактирования продвигающих текстов. Механическое и стратегическое редактирование. Инструменты и веб-ресурсы для редактирования. Использование нейросетей для создания и редактирования текстов.
5. Анализ продвигающего текста в аспекте соблюдения этических и правовых норм.

Задания для самостоятельной работы:

1. Контрольная работа №1. Проанализируйте PR-тексты, опубликованные в медиа в связи с а) провалом скандальной рекламной кампании Reebok со слоганом «Пересядь с иглы мужского одобрения на мужское лицо»; б) запуском личного мемкойна президента США Дональда Трампа; в) мультимедийной выставкой Русского музея с VR/AR-версией картины Карла Брюллова «Последний день Помпеи». Выберите резонансный инфоповод и подготовьте тексты для разных медиаплатформ. Обоснуйте выбор жанра. Придумайте цепляющий заголовок и лид-абзац. Используйте ловушки внимания.
2. Контрольная работа №2. Используя нейросеть (например, <https://robotext.io/>), создайте генеративный текст для поста в социальной сети Вашей организации, направленного на а) освещение какого-либо мероприятия; б) презентацию нового проекта/ линейки товаров/ услуг / программ; в) вовлечение аудитории. Выявите его достоинства и недостатки. Осуществите его рерайт и создайте уникальный продвигаю-

щий текст.

7. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости учитывает следующие виды текущей аттестации: выполнение обучающимся всех видов контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины, и самостоятельную работу обучающегося. Все формы текущего контроля и активность участия студентов в практических и (или) лабораторных занятиях, критерии их оценивания представлены в рабочей программе дисциплины, технологической карте и фонде оценочных материалов (Приложения 1-2).

7.1.1. Тематика и требования к структуре и содержанию докладов

Доклады по дисциплине не предусмотрены.

7.1.2. Тематика и требования к структуре и содержанию эссе

Эссе по дисциплине не предусмотрены.

7.1.3. Тематика и требования к структуре и содержанию рефератов

Рефераты по дисциплине не предусмотрены.

7.1.4. Требования к выполнению контрольных работ

Примерное задание для контрольной работы №1

Проанализируйте PR-тексты, опубликованные в медиа в связи с а) провалом скандальной рекламной кампании Reebok со слоганом «Пересядь с иглы мужского одобрения на мужское лицо»; б) запуском личного мемкойна президента США Дональда Трампа; в) мультимедийной выставкой Русского музея с VR/AR-версией картины Карла Брюллова «По-

следний день Помпеи». Выберите резонансный инфоповод и подготовьте тексты для разных медиаплатформ. Обоснуйте выбор жанра. Придумайте цепляющий заголовок и лид-абзац. Используйте ловушки внимания.

Примерное задание для контрольной работы №2

Используя нейросеть (например, <https://robotext.io/>), создайте генеративный текст для поста в социальной сети Вашей организации, направленного на а) освещение какого-либо мероприятия; б) презентацию нового проекта/ линейки товаров/ услуг / программ; в) вовлечение аудитории. Выявите его достоинства и недостатки. Осуществите его рерайт и создайте уникальный продвигающий текст.

Требования к структуре и содержанию контрольной работы:

1. В контрольной работе должно быть продемонстрировано владение теоретико-методологическим аппаратом в области продвигающих коммуникаций.
2. Композиция и содержание контрольной работы должны быть продуманными, логически правильно выстроенными и структурированными.
3. В работе необходимо представить обзор научных источников, освещающих современное состояние проблемы.
4. Текст контрольной работы не должен содержать орфографических, пунктуационных, грамматических, лексических ошибок.

Критерии оценки контрольной работы № 1.

Критерии	Показатели	Максимальный балл
Композиция	Работа отличается стройностью композиции, структурированностью, логических ошибок нет.	2
Полнота обзора	В работе представлен обзор достаточного количества научных источников, необходимых для представления современного состояния проблемы.	3
Уровень знаний в области рас-кываемого	Работа демонстрирует высокий уровень знаний в области продвигающих коммуникаций, в том числе в части освещаемого вопроса.	4

вопро-		
са		
Грамотность	В работе отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, речевые ошибки.	1
		Итого: 10 баллов

7.1.5. Требования к выполнению тестов

Примерные вопросы для тестирования

№ п/п	Содержание задания	Шифр индикатора достижения компетенции (ИДК)					
		УК- 3.1.	УК- 3.2	ПК- 1.1.	ПК- 2.1.	ПК- 2.2	ПК- 2.3
Раздел 1. Текст в системе медиа- и маркетинговых коммуникаций							
1	К основным признакам текста относятся: а) связность б) целостность в) членимость г) открытость д) доступность Ключ к заданию: а,б,в					+	

2	Основные дифференциальные признаки PR-текста: а) публичность б) скрытое авторство в) инициированность г) прямое авторство Ключ к заданию: а,б,в					+	
3	Текст, специально разработанный для повышения видимости страницы в поисковых системах, таких как Google и Яндекс, - это_____. Ключ к заданию: SEO-текст					+	
4	Какое из следующих явлений связано с использованием знаменитостей для продвижения продукта или бренда? А) Стратегия брендинга Б) Маркетинговый микс В) Анализ SWOT Г)Эндоспонсорство Ключ к заданию: г	+	+				
5	Продвигающий текст отличается от продающего: А) сферами распространения Б) интенцией В) спектром используемых средств Г) целевой аудиторией Ключ к заданию: б					+	

6	Процесс скоростного распространения положительных или отрицательных новостей о продукте, услуге или компании среди потребителей – это_____. Ключ к заданию: вирусный маркетинг	+	+				
Раздел 2. Структурно-содержательные, форматно-жанровые и лингвостилистические особенности продвигающих текстов							
7	К основным компонентам пресс-релиза относятся: а) заголовок, лид-абзац, боди б) шапка, лид-абзац, боди, контактная информация в) шапка, заголовок, лид-абзац, боди, контактная информация Ключ к заданию: в					+	+
8	Жанр PR-текста, представляющий расширенную, фоновую информацию о субъекте PR и служащий цели поддержания публицитного капитала данного субъекта, - это_. Ключ к заданию: бэкграундер					+	+
9	К основным жанрам PR-медиа-текстов относятся: а) Имиджевая статья б) Имиджевое интервью в) Кейс-стори г) Байлайнер Ключ к заданию: а,б,в					+	+

10	Структура, которая использует истории (нарративы) для продвижения брендов, продуктов или идей, - это _____ структура. Ключ к заданию: нарративная					+	+
11	Расшифруйте аббревиатуру AIDA, обозначающую формулу, применяемую к построению эффективного рекламного текста. Ключ к заданию: Attention (внимание), Interest (интерес), Desire (желание), Action (действие)					+	+
12	Графическое воплощение индивидуального названия компании, направленное на усиление эмоционального воздействия и максимальное открытие ключевых аспектов позиционирования компании, - это _____. Ключ к заданию: логотип					+	+
13	Рекламный и PR-тексты отличаются от журналистских тем, что иницируются _____ или _____ (А.Д. Кривоносов). Ключ к заданию: базисным субъектом PR или рекламодателем					+	+
Раздел 3. Прагматика продвигающего текста							

14	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Ночь. Комната. Смартфон (Билайн).</i> А) анафора Б) супраграфема В) прецедентный текст Г) полисиндетон Ключ к заданию: в					+	+
15	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Balenciaga подарили пакету с пакетами чувство собственной значимости.</i> А) гипербола Б) оксюморон В) метонимия					+	+
	Г) ирония Ключ к заданию: г						
16	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Он effortlessly сочетается с любым низом, подчеркивает линию плеч и придаёт осанке королевскую уверенность.</i> А) суперлатив Б) пейоративная лексика В) иноязычное вкрапление Г) диминутив Ключ к заданию: в					+	+

17	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Дорогие подписечники и подписчицы, кто пишет лютейшие смешные комменты под постами.</i> А) сленгизмы и окказионализмы Б) профессионализмы В) агнонимы Г) топонимы Ключ к заданию: а					+	+
18	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Дорогие подписечники и подписчицы, кто пишет лютейшие смешные комменты под постами.</i> А) сленгизмы и окказионализмы					+	+
	Б) профессионализмы В) агнонимы Г) топонимы Ключ к заданию: а						
19	Текст, совмещающий в себе знаки разных семиотических систем, - это _____ текст. Ключ к заданию: поликодовый					+	+
20	Текст, ориентированный на восприятие разными сенсорными каналами, - это _____ текст. Ключ к заданию: мультимодальный					+	+

21	Намеренная подмена одной речевой ситуации другой с целью скрыть или замаскировать истинную интенцию автора – это_____.					+	+
	Ключ к заданию: мимикрия						
22	Использование в одном тексте элементов другого текста, –это_____.					+	+
	Ключ к заданию: интертекстуальность						
23	Метод определения целевой аудитории 5W принадлежит: А) М. Цукербергу Б) М. Шеррингтону В) Э. Льюису Г) Н. Хоуву					+	+
	Ключ к заданию: Б						
Раздел 4. Методика создания и редактирования продвигающего текста							
24	Событие, новость или информация, которая привлекает внимание целевой аудитории и средств массовой информации, –это_____.			+	+	+	+
	Ключ к заданию: инфоповод						
25	Отклик компании на актуальные новости и происшествия, - это_____.			+	+	+	+
	Ключ к заданию: ньюсджекинг						

26	В зависимости от целей ключевые слова делятся на информационные, транзакционные (коммерческие) и ____. Ключ к заданию: брендовые			+	+	+	+
27	Креативный процесс выявления и описания потребителю наиболее выигрышных свойств и характеристик предлагаемой услуги или товара – это _____. Ключ к заданию: позиционирование			+	+	+	+
28	Лаконичное, ясное и простое по своему содержанию и формулировке определение преимуществ приобретения и использования продвигаемого товара или услуги – это _____. Ключ к заданию: УТП (уникальное торговое предложение)			+	+	+	+
30	Какого вида ререйтинга не существует: А) поверхностный ререйтинг Б) глубокий ререйтинг В) SEO-ререйтинг			+	+	+	+
	Г) SMM-ререйтинг Ключ к заданию: Г						

Критерии (количество баллов)	Показатели (уровень знаний)
20-30	Высокий
10-19	Средний
Менее 18	Низкий

– 0. Шкала оценивания теста (в баллах):

За каждый правильный ответ студент получает 1 балл. Максимальное количество баллов за тест – 30, минимальное

7.1.6. Требования к подготовке проекта

Подготовка проекта не предусмотрена в рамках освоения дисциплины.

7.1.7. Требования к подготовке курсовой работы

Курсовые работы по дисциплине не предусмотрены.

7.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине обеспечивает оценку степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

7.2.1. Оценивание результатов освоения образовательной программы в части дисциплин (модулей), практик

Результаты освоения дисциплины оцениваются 1) по 4-балльной системе: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно (экзамен, зачет с оценкой); 2) по шкале зачтено, не зачтено (зачет).

Текущий контроль, промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с локальным нормативным актом Института.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

7.2.2. Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. Текст, его основные свойства и категории.
2. Продвижение в системе маркетинговых процессов.
3. Продвигающие коммуникации в аспекте междисциплинарного изучения (маркетинговая лингвистика, медиалингвистика, перлокутивная лингвистика).
4. Понятие продвигающего текста и его характеристики.
5. Продающий и продвигающий текст: подходы к разграничению понятий.
6. Рекламный, журналистский и PR-текст: сходства и различия.
7. Продвигающий текст в интегрированных маркетинговых коммуникациях.
8. Продвигающий текст в научном дискурсе, книгоиздании и детской литературе.
9. Уникальный и оптимизированный текст. Копирайтинг и рерайтинг.
10. Риторический канон и этапы создания продвигающего текста.
11. Модели построения продвигающего текста.
12. Форматы и жанры продвигающих текстов.
13. Имиджевый рекламный ролик как продвигающий текст.
14. Имиджевое интервью как продвигающий текст.
15. Нативная реклама как продвигающий текст.
16. Медиакит как продвигающий текст.
17. Пресс-ревью как продвигающий текст.
18. Бэкграундер как продвигающий текст.
19. Ньюслеттер как продвигающий текст.
20. Продвигающие тексты на телевидении.
21. Продвигающие тексты на радио.
22. Продвигающие тексты в прессе.
23. Продвигающие тексты в социальных медиа.

24. Интралингвистические и экстралингвистические особенности продвигающих текстов.
25. Прагматика продвигающего текста: фактор адресанта и фактор адресата (целевой аудитории).
26. Прагмалингвистические особенности продвигающего текста на графическом и фонетическом уровне.
27. Прагмалингвистические особенности продвигающего текста на словообразовательном и морфологическом уровнях.
28. Прагмалингвистические особенности продвигающего текста на синтаксическом уровне.
29. Прагмалингвистические особенности продвигающего текста на текстовом и дискурсивном уровне.
30. Продвигающий текст как поликодово-мультимодальный феномен.
31. Социально-психологические основы эффективного продвигающего текста.
32. Критерии отбора слов для продвигающего текста. Ключевые элементы SEO-оптимизации.
33. Ловушки внимания («catch words») в продвигающем тексте.
34. Приемы разработки заголовка-айстоппера для продвигающего текста.
35. Тактики вовлечения в продвигающем тексте.
36. Приемы редактирования продвигающих текстов.
37. Инструменты и веб-ресурсы для редактирования текстов.
38. Использование нейросетей для создания и редактирования текстов.
39. Анализ продвигающего текста в аспекте соблюдения этических норм.
40. Анализ продвигающего текста в аспекте соблюдения правовых норм.

7.2.3. Примерное задание к зачету (экзамену):

Не предусмотрено.

7.2.4. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

Код и наименование компетенции. Код ИДК	Планируемые результаты обучения	по	Критерии оценивания результатов обучения			
			«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»

	дисциплине				
		«не зачтено»	«зачтено»		
УК-3.1 Определяет и принимает условия, необходимые для успешной реализации проекта	Знать основы проектного управления: этапы жизненного цикла проекта; технику определения критериев успеха проекта.	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
	Уметь анализировать внешние и внутренние факторы, влияющие на успешность проекта.	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.
	Владеть навыками медиапланирования; методикой идентификации, оценки и управления рисками, связанными с проектом; инструментами проектного управления.	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрировано всестороннее владение навыкам без ошибок и недочетов, в том числе при решении нестандартных задач.

УК-3.2 Участствует в реализации проектов, вырабатывая командную стратегию для дости-	Знать основы командной работы, комплекс стратегий решения конфликтов и достижения консенсуса.	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
жения поставленной цели	Уметь формулировать совместные цели и задачи, а также разрабатывать план действий для их достижения.	обучающегося от ответа			
	Уметь формулировать совместные цели и задачи, а также разрабатывать план действий для их достижения.	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.

	Владеть навыками фасилитации; методикой поддержания мотивации и вовлеченности членов команды. Инструментами проектного управления: Умение использовать программные средства для координации задач и мониторинга хода работы команды	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрировано всестороннее владение навыкам без ошибок и недочетов, в том числе при решении нестандартных задач.
ПК-1.1 Владеет основами действующего законода-	Знать основные законы и нормативные акты, регулирующие де-	Уровень знаний ниже минимальных требований.	Минимально допустимый уровень знаний.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подго-
тельства в сфере медиа, оценивает медиа-и информационные продукты с точки зрения правовых и этических норм, обеспечивает соблюдение этих норм	тельность медиа, права и обязанности журналистов, медиасоздателей и медиапотребителей, кодексы этики журналистики и медиаорганизаций.	Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Допущено много негрубых ошибки.	Допущено несколько несущественных ошибок.	товки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.

	Уметь анализировать содержание медиапродуктов на предмет соответствия правовым требованиям и этическим нормам, выявлять возможные риски или нарушения в контенте, применять законодатель-ные нормы на практике при создании медиапродуктов и решении конфликтных ситуаций.	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.
	Владеть методами правового анализа и оценки рисков, связанных с производством и распространением медиаконтента, практиками и процедурами разрешения правовых	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрировано всесто-роннее владение навыкам без ошибок и недочетов, в том числе при решении нестандартных задач.
	споров в области медиа.				

ПК-2.1 Осуществляет поиск и оценку информационных поводов, собирает и анализирует информацию для подготовки материала, владеет навыками фактчекинга	Знать инструменты и ресурсы для поиска информации (интернет, базы данных, официальные источники), принципы работы с первоисточниками и вторичной информацией.	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
	Уметь использовать различные источники для поиска актуальных тем и событий; отбирать и оценивать значимость информационных поводов для подготовки материала; систематизировать и анализировать собранную информацию, выделяя ключевые факты и тренды; применять навыки фактчекинга.	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.

	Владеть навыками критического мышления; инструментами для анализа и визуализации данных, навыками п одготовки качествен-	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отка-	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрировано всестороннее владение навыкам без ошибок и недочетов, в том числе при решении нестандартных задач.
	ных достоверных материалов.	за обучающегося от ответа.			
ПК-2.2 Владеет навыками копирайтинга и рерайтинга; создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики	Знать принципы и техники эффективного написания текстов для различных целевых аудиторий и медиаплатформ; различия между ко-пирайтингом и рерайтингом; основы работы с мультимедиа.	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
	Уметь создавать оригинальные продвигающие тексты; осуществлять рерайт и оптимизировать тексты для SEO, интегрировать мультимедийные элементы.	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.

	Владеть навыками корректуры и редактирования своих и чужих текстов для улучшения их качества и соответствия требованиям; навыками работы с графическими редакторами.	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрировано всестороннее владение навыкам без ошибок и недочетов, в том числе при решении нестандартных задач.
ПК-2.3	Знать разноречивые элокутив-	Уровень знаний ниже минимальных требований.	Минимально допустимый уровень знаний.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
Владеет навыками корректного использования выразительных средств, спичрайтинга, устных публичных выступлений, подготовки презентаций	ные средства; принципы спичрайтинга: элементы взаимодействия с аудиторией, методы создания мультимедийных презентаций в различных программах.	Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Допущено много негрубых ошибки.	Допущено несколько несущественных ошибок.	
	Уметь грамотно использовать выразительные средства для создания эффективного продвигающего текста в устной и письменной форме.	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.

	Владеть эффективными навыками интерактивно-го взаимодействия с аудиторией, базовыми навыками работы с мультимедийным оборудованием.	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрировано всестороннее владение навыкам без ошибок и недочетов, в том числе при решении нестандартных задач.
--	---	--	--	---	---

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и технико-ческими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещение для проведения занятий лекционного типа укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

Институт обеспечен следующим необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Microsoft Windows 10,
2. Microsoft Office 2016 стандартная,
3. Big Blue Button.

