

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

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан филологического факультета
И.В. Тубалова
« 31 » _____ 2022 г.



Рабочая программа дисциплины

Технология создания разных видов текста

по направлению подготовки
42.04.03 Издательское дело


Направленность (профиль) подготовки :
Управление контентом и медиапроектами

Форма обучения
Очная

Квалификация
Магистр

Год приема
2022

Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.03.01

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОПОП
 И.А. Айзикова

Председатель УМК
 Ю.А. Тихомирова

Томск – 2022

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– **ОПК-1** – способность планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

– **ОПК-2** – способность анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

– **ОПК-3** – способность анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

– **ПК-2** – способность создавать тексты официально-делового стиля, информационно- воздействующие, а также сочетающие в себе несколько стилей в пределах одного текста в полноте их видовых и жанровых разновидностей.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

– **ИОПК 1.1.** Демонстрирует знания об изменениях норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

– **ИОПК 1.2.** Подбирает методы планирования, организации и координации процесса создания текстов и продуктов (в том числе медиа- и коммуникационных);

– **ИОПК 1.3.** Выявляет потребности общества в текстах и продуктах (в том числе медиа- и коммуникационных) различных видов, жанров, стилей и форматов; планирует, организует и координирует процесс их создания, использует нормы русского и иностранного языков, понимает особенности иных знаковых систем с учетом их изменений;

– **ИОПК 2.1.** Понимает основные тенденции развития общественных и государственных институтов;

– **ИОПК 2.2.** Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных структур;

– **ИОПК 2.3.** Осуществляет аналитическое освещение основных тенденций развития общественных и государственных институтов в создаваемых и редактируемых текстах и издательских продуктах различных видов, жанров, стилей и форматов;

– **ИОПК 3.1.** Определяет и оценивает культурные традиции, ценности, нормы современной отечественной и мировой культуры, понимает культууроформирующую функцию издательского дела и СМИ;

– **ИОПК 3.2.** Выявляет методы и формы освоения культурного наследия, необходимые для выбора и анализа достижений отечественной и мировой культуры;

– **ИОПК 3.3.** Учитывает и использует аналитику поликультурного многообразия при создании текстов и издательских продуктов разных видов, жанров, стилей и форматов;

– **ИПК 2.1.** Понимает задачи, методы, техники создания текстов официально-делового стиля, информационно- воздействующих, а также разностильных, в полноте их жанровых разновидностей; их видовую, жанрово-стилевую специфику; принципы работы с источниками информации и методы ее сбора, правила и нормы современного русского литературного языка;

– **ИПК 2.2.** Собирает и анализирует информацию для создания текстов официально-делового стиля, разностильных, информационно-воздействующих, в полноте их видовых и жанровых разновидностей; создания такого рода текстов;

– **ИПК 2.3.** Свободно использует навыки письма на русском литературном языке; владеет стилистикой официально-деловых, информационно-воздействующих и разностильных текстов разных жанров; обладает умениями в области подготовки создания такого рода текстов.

2. Задачи освоения дисциплины

- систематизировать знания по теории текста, а также расширить представления о тексте в целом и текстах разных типов в частности;
- типизировать тексты, используемые в различных областях человеческой деятельности;
- научиться анализировать тексты с разных точек зрения (текст как система знаков, как речевое произведение, как инструмент коммуникации);
- совершенствовать умение строить научные, официально-деловые, рекламные тексты;
- научиться грамотно использовать тексты разных видов в сфере профессиональной коммуникации.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

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

Семестр 1, экзамен.

5. Входные требования для освоения дисциплины

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

6. Язык реализации

Русский.

7. Объем дисциплины

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

- лекции: 0 ч.;
- практические занятия: 24 ч.

в том числе практическая подготовка: 24 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом: 46,8 ч.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1. Текст как объект профессиональной деятельности

Понятие текста. Виды текстов. Роль автора и редактора при работе над текстом.

Тема 2. Основной инструментарий для работы с текстом

MS Word: неочевидные функции. Google Docs: обзор возможностей. Вспомогательные сервисы: «Главред», «Адвего», «Текст.ру» и другие.

Тема 3. Создание научных текстов

Специфика научного текста. Виды научных текстов, их характеристика и структура. Критерии оценивания научных текстов. Планирование структуры научного

текста. Работа с научным стилем речи. Работа с научными источниками. Анализ содержания и структуры текста. Проверка фактических данных и иллюстративного материала. Оформление цитат, ссылок, сносок и списка литературы.

Тема 4. Создание официально-деловых текстов

Специфика официально-делового текста. Виды официально-деловых текстов, их характеристика и структура. Критерии оценивания официально-делового текста. Планирование структуры текста официально-делового текста. Правила ведения деловой переписки. Шаблоны: текстовые элементы и устойчивые фразы. Анализ содержания и структуры текста. Анализ формулировок. Анализ стиля.

Тема 5. Создание рекламных текстов

Специфика рекламного текста. Виды рекламных текстов, их характеристика и структура. Критерии оценивания рекламного текста. Анализ целевой аудитории рекламного текста. Организация содержания: AIDA, пирамида Минто, воронка конверсии, ментальные карты. Риторические приемы в рекламном тексте. Проверка соответствия текста целевой аудитории. Анализ структуры. Анализ риторических приемов.

9. Текущий контроль по дисциплине

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

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Дисциплина реализуется в онлайн-режиме на базе образовательной платформы компании «Нетология», которая выступает в качестве партнера по реализации магистерской программы.

Дисциплина состоит из двух разделов. Первый предполагает системное изучение основных практикоориентированных разделов теории текста. Их освоение необходимо для того, чтобы усвоить характеристики и типизировать научные, официально-деловые, рекламные тексты, а также для выполнения самостоятельных заданий во второй части курса. Занятия проводятся на практическом материале. Магистранты анализируют тексты с разных точек зрения: текст как система знаков, как речевое произведение, как инструмент эффективного общения (ИОПК 2.1–2.3, 3.1–3.3).

Второй раздел направлен на совершенствование умений магистрантов по созданию и редактированию текстов разных типов. Раздел делится на три блока, каждый из которых включает следующие части: обобщение знаний магистрантов о тексте определенного типа; обсуждение заданий; самостоятельное создание студентами текстов и взаимное рецензирование.

Самостоятельная работа магистрантов заключается в создании трех разных текстов (научного, официально-делового, рекламного), а также написания рецензий и редактирования работ одногруппников (ИОПК 1.1–1.3, ИПК 2.1–2.3). При необходимости магистранты могут обращаться к рекомендуемой литературе, отражающей особенности разных типов текста.

Экзамен в первом семестре проводится в формате сдачи индивидуального портфолио, состоящего из трех текстов (научного, официально-делового, рекламного), а также трех рецензии на работы одногруппников.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Результаты текущего контроля не учитываются при выставлении итоговой оценки.

Оценка «**отлично**» выставляется при условии предоставления студентом полного портфолио (6 из 6) необходимых работ, каждая из которых была одобрена преподавателем.

Оценка «**хорошо**» выставляется в случае, если в портфолио представлено 5 из 6 работ и/или 1 работа не была отредактирована в соответствии с замечаниями преподавателя.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется в случае, если в портфолио представлено 4 из 6 работ и/или 2 работы не были отредактированы в соответствии с замечаниями преподавателя.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется в случае, если в портфолио представлено меньше 4 работ и/или 3 работы не были отредактированы в соответствии с замечаниями преподавателя.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» – <https://moodle.tsu.ru/enrol/index.php?id=31486>

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

в) План семинарских / 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 : учебное 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 Паблишер, 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.Р – <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 OneNote, 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 на базе образовательной платформы компании «Нетология». Материальное обеспечение не требуется.

15. Информация о разработчиках

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