

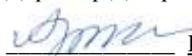


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)  
**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»

  
Т.Д. Лыкова  
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Департамента коммуникаций и медиа

  
Н.А. Аргылов  
(подпись) (ФИО.)  
«10» января 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
Редакционно-издательская обработка рекламного текста  
**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
Профиль Реклама и связи с общественностью  
**Форма подготовки очная**

курс 3 семестр 6  
лекции 18 час.  
практические занятия 36 час.  
лабораторные работы 00 час.  
в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 0 /лаб. 0 час.  
всего часов аудиторной нагрузки 54 час.  
в том числе с использованием МАО 0 час.  
самостоятельная работа 54 час.  
в том числе на подготовку к экзамену 36 час.  
контрольные работы (количество) не предусмотрены  
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены  
зачет не предусмотрен  
экзамен 6 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.  
Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 3 от «10» января 2020 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук, Аргылов Н.А.   
Составители: канд. филол. наук, доцент Е.Л. Кириллова

Владивосток  
2020

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: умение студентов подготовить яркий и эффективный рекламный текст, отвечающий нормам современного русского литературного языка, законам логики, риторики, медиакommunikаций.

Задачи:

- освоить профессиональную терминологию и понятийный аппарат в области литературного редактирования и редакторского анализа;
- освоить процесс саморедактирования и критического анализа по отношению к создаваемому медиапродукту;
- уметь работать с планом, композицией, фактами, средствами выразительности современного литературного языка;
- уметь использовать в рекламном тексте собственный авторский стиль и проявить культурный кругозор.

| Наименование категории (группы) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции выпускника  | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции  |
|---|--|---|
| Коммуникация  | УК-4. Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | УК-4.1. Знает основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом.<br>УК-4.2. Умеет грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать, переводить и реферировать литературу по своей специальности со словарем и без него; понимать речь изучаемого иностранного языка на слух.<br>УК-4.3. Владеет навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме на русском и иностранном языках; основами грамматических норм изучаемого иностранного языка; достаточным словарным запасом; основными приемами общения. |

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

| Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции  | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции   |
|--|--|---|
| Продукт профессиональной деятельности                            | 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 | ОПК-1.1. Знает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ<br>ОПК-1.2. Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.<br>ОПК-1.3. Владеет навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

| Задача профессиональной деятельности                      | Объекты или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам) |
|---|----------------------------|---|---|---|
| <b>Тип задач профессиональной деятельности: авторский</b> |                            |   |   |   |

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <p>Способность осуществлять авторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями для разных типов СМИ и других медиа</p> | <p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p> | <p>ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> | <p>ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста<br/> ПК-4.2. Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> |
|---|--|---|---|

**Тип задач профессиональной деятельности: проектный**

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | <p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, адресованный разным целевым группам/группам общественности</p> | <p>ПК-8. Способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | <p>ПК-8.1. Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью<br/> ПК-8.2. Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта<br/> ПК-8.3. Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта</p> |
|---|---|--|--|

## **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 час.)**

**Тема 1. Введение. Основные понятия. Задачи редактирования. Цель редакторского анализа. Аспекты редакторского анализа (2 час.).**

**Тема 2. Виды редакционной правки и редакторского чтения. Корректурa (4 час.)**

**Тема 3. Понятие нормы в современном русском литературном языке, вариативность нормы, языковая игра, стилизация (4 час.).**

**Тема 4. Концепция издания, журнала, текста. Композиция. Структура (4 час.)**

**Тема 5. Параметры и элементы художественно-технического оформления рекламного текста (4 час.).**

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ Практические работы (36 час.)**

**Практическое занятие № 1. Основные понятия редактирования (2 часа)**

Редактирование, редактор, редакторская правка, редакторский анализ.

Саморедактирование как показатель критического мышления и объективного отношения к собственному тексту.

Понятие нормы в современном русском литературном языке и авторский стиль

**Проводится в форме дискуссии.**

*Дискуссия* (от лат. *discussio* — исследование, рассмотрение) — это коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений.

Цель дискуссии - обучение, сбор и упорядочение информации.

Во время дискуссии студенты могут дополнять друг друга (диалог) или противостоять один другому (спор). И взаимоисключающий спор, и взаимодополняющий, взаиморазвивающийся диалог способствуют сопоставлению различных мнений и более прочному усвоению основных понятий редактирования.

Вопросы для обсуждения:

1. Сравнить определения «редактирование», «саморедактирование» и «редакторский анализ». Чем они отличаются? Зачем нужны?

2. Обязательно ли соблюдать языковую норму? Как коррелируется норма со стилистическими «неправильностями», авторским своеобразием?

### **Практическое занятие № 2. Факт в рекламном тексте (4 час.)**

Понятие факта. Типы фактов и их функции в тексте.

Произведения мировой художественной культуры как факт в рекламном тексте.

Проверка фактов.

Целесообразность включения факта в текст.

1. Студенты под руководством преподавателя должны найти факты в рекламных материалах и проанализировать, является ли фактический материал иллюстрацией, аргументом или образом, и проверить его на достоверность.
2. Студенты должны выбрать произведение мировой художественной культуры в зависимости от ожидаемого эффекта и специфики рекламного материала и включить его в текст. Выбрать способ включения.
3. Каждый студент анализирует свой рекламный текст и добавляет фактов, примеров, а также включает в текст упоминание или обыгрывание одного или нескольких произведений мировой художественной культуры.

### **Практическое занятие № 3. Построение рекламного текста: композиция и план (8 час.)**

Композиция. План. Информационное ядро и побочные ветви.

Свертывание и разворачивание информации.

Абзац как основная структурная единица текста

**Проводится в форме мастер-класса.**

Студенты под руководством преподавателя должны проанализировать предложенный текст и:

- 1) составить план текста и оценить его (сколько дополнительных элементов включено? Уместны ли примеры? Нет ли логических ошибок? Как разворачивается сюжет и побочные линии?);
- 2) изменить план и затем текст.
- 3) Каждый студент анализирует свой рекламный текст – составляет план и оценивает его.

### **Практическое занятие № 4. Логические основы редактирования текста (8 час.)**

Типы логических ошибок

Законы логического мышления

Нарушения законов логики как стилистическая игра автора

### **Проводится в форме мастер-класса.**

Мастер-класс как метод самостоятельной работы в малых группах позволяет научиться коллективно и индивидуально решать профессиональные проблемные задачи, освоить профессиональный язык и способность самостоятельно и нестандартно мыслить.

Взаимодействие с преподавателем и активная работа всех членов группы позволяет применить и опробовать на практике различные приемы и методы профессиональной деятельности, в результате чего каждый студент овладевает основами профессионального мастерства.

Задания направляют деятельность участников для решения поставленной проблемы, но внутри каждого задания участники абсолютно свободны: им необходимо осуществить поиск, анализ и выбор средств для достижения цели, выбор темпа работы.

Студенты под руководством преподавателя в рекламных материалах должны найти примеры соблюдения логических законов и тексты с логическими ошибками.

Каждый студент анализирует свой рекламный текст и 1) исправляет логические ошибки, если они есть, и 2) вводит логические ошибки для достижения какого-либо эффекта.

### **Практическое занятие № 5. Лексическое богатство в рекламном тексте (6 час.)**

Словарный запас. Общеупотребительная лексика и лексика ограниченного употребления.

Средства художественной выразительности, стилистические фигуры.

Произведения мировой и отечественной художественной культуры в рекламном тексте.

Кругозор и эрудиция автора текста и потребителя.

Просвещенный потребитель.

Студент в своем рекламном тексте использует лексику общеупотребительную, затем добавляет лексику ограниченного употребления, тропы, сравнения, аллюзии и реминисценции на знаковые произведения мировой культуры.

### **Практическое занятие № 6. Художественно-техническое оформление рекламного текста (8 час.)**

Концепция оформления текста: выбор иллюстраций, принципы композиционного решения, полиграфического исполнения, выбор материалов.

Формат, шрифт (гарнитура, кегль, начертание, интерлиньяж), система выделений, формат полосы набора, рубрикация издания (спуски, шмуцтитутулы, заголовки).

### III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

#### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

| №<br>п<br>/<br>п | Контролируемые разделы / темы дисциплины | Код и наименование индикатора достижения |   | Оценочные средства   |                          |
|------------------|--|--|---|--|--------------------------|
|                  |  |  |   | текущий контроль   | промежуточная аттестация |
| 1                | Практическое занятие № 1-6               | УК-4.1                                   | Знает основные нормы современного русского литературного языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; основные грамматические нормы изучаемого иностранного языка; обладает достаточным словарным запасом  | Перечень дискуссионных тем 1-2<br>Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий 1-4 и 1-5 | 1-10                     |
|                  |  | УК-4.2.                                  | Умеет грамотно, логически верно и аргументированно излагать свои мысли в процессе речевого взаимодействия на русском и иностранном языках; общаться на бытовые и профессиональные темы на изучаемом иностранном языке в устной и письменной форме; читать, переводить и реферировать литературу по своей специальности со |  |                          |

|   |                                      |              |  |   |      |
|---|--------------------------------------|--------------|--|---|------|
|   |                                      |              | словарем и без него;<br>понимать речь<br>изучаемого<br>иностранного языка на<br>слух.  |   |      |
|   |                                      | УК-<br>4.3.  | Владеет навыками<br>логичного и грамотного<br>речевого<br>взаимодействия в<br>устной и письменной<br>форме на русском и<br>иностранном языках;<br>основами<br>грамматических норм<br>изучаемого<br>иностранного языка;<br>достаточным<br>словарным запасом;<br>основными приемами<br>общения |   |      |
| 2 | Практичес<br>кое<br>занятие №<br>1-6 | ОПК-<br>1.1. | Знает отличительные<br>особенности<br>медиатекстов, и (или)<br>медиапродуктов, и<br>(или)<br>коммуникационных<br>продуктов разных<br>медиа сегментов и<br>платформ   | Перечень<br>дискуссионных тем 1-<br>2<br>Темы групповых<br>и/или<br>индивидуальных<br>творческих заданий<br>1-4 и 1-5 | 1-10 |
|   |                                      | ОПК-<br>1.2. | Умеет осуществлять<br>подготовку текстов<br>рекламы и связей с<br>общественностью и<br>(или) иных<br>коммуникационных<br>продуктов различных<br>жанров и форматов в<br>соответствии с<br>нормами русского и<br>иностранного языков,<br>особенностями иных<br>знаковых систем.                |   |      |

|   |                            |          |   |  |      |
|---|----------------------------|----------|---|--|------|
|   |                            | ОПК-1.3. | Владеет навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем  |  |      |
| 4 | Практическое занятие № 1-5 | ПК-4.1.  | Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста   | Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий 1-4 и 1-5                                   | 1-10 |
|   |                            | ПК-4.2.  | Умеет коммуницировать в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта |  |      |
|   | Практическое занятие № 6   | ПК-8.1   | ПК-8.1. Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью                            | Перечень дискуссионных тем 1-2<br>Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий 1-4 и 1-5 |      |

|  |  |           |  |  |  |
|--|--|-----------|--|--|--|
|  |  | ПК<br>8.2 | ПК-8.2. Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта |  |  |
|--|--|-----------|--|--|--|

## V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Голуб, И.Б. Литературное редактирование : учебное пособие для вузов / И. Б. Голуб. - Москва : Логос, 2016. - 432 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66412.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Книга. Текст. Коммуникация. Словарь-справочник новейших терминов и понятий: Справочник / Ю. В. Щербинина. – М. : Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 304 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/476257>
3. Нормы и стили современного русского литературного языка [Электронный ресурс] : учебное пособие для для студентов 1 и 2 курсов, обучающихся по всем направлениям / Н.Б. Бугакова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж : Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 115 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72962.html>
4. Вайрах, Ю.В. Стилистика и литературное редактирование [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Ю.В. Вайрах— Электрон. текстовые данные.— М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 256 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83126.html>.— ЭБС «IPRbooks»

### Дополнительная литература

*(печатные и электронные издания)*

1. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Издательское дело и редактирование», «Книгораспространение», «Менеджмент» / Н.Д. Эриашвили, В.К. Старостенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 302 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81784.html>. — ЭБС «IPRbooks»

2. Орлова, Н. В. Анализ и интерпретация текста [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Орлова. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2015. — 188 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59583.html>

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (PowerPoint, Word), Open Office, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Изучение курса «Редакционно-издательская обработка рекламного текста» включает в себя

- Работу на практических занятиях
- Выполнение самостоятельных работ
- Сдачу экзамена.

Цель практических занятий – научить студентов создавать рекламные тексты и критически к ним относиться, что вкладывается в понятие саморедактирования.

Самостоятельная работа студентов заключается:

- в подготовке к практическим занятиям в форме дискуссии,
- в выполнении творческих заданий в рамках мастер-классов,
- в выполнении самостоятельных работ,
- в подготовке к зачету.

Практические занятия проводятся в виде дискуссий и мастер-классов, в рамках которых студенты работают в малых группах, обучаясь принципам и методике, а затем студент выполняет подобное задание самостоятельно.

Дискуссии проводятся при условии подготовки всей группы по всем вопросам и максимального участия студентов в обсуждении вопросов темы семинара. Дополнительные вопросы могут ставиться как всей аудитории, так и определенным участникам обсуждения. При этой форме работы отдельным студентам могут поручаться сообщения по тому или иному вопросу.

В ходе самостоятельной подготовки к дискуссии каждый студент готовит выступления по всем вопросам темы. Сообщения делаются устно, развернуто, можно обращаться к конспекту во время выступления.

Подобрав, отработав материал и усвоив его, студент должен начать непосредственную подготовку своего выступления на семинарском занятии, для чего следует продумать, как ответить на каждый вопрос темы. Выступление на семинаре должно удовлетворять следующим требованиям: в нем излагаются теоретические подходы к рассматриваемому вопросу, дается анализ принципов, понятий и категорий; теоретические положения подкрепляются фактами, примерами, выступление должно быть аргументированным.

В рамках мастер-классов студенты выполняют такие учебные задания, которые требуют анализа и творческого подхода, поскольку решения-исправления можно достичь множеством способов.

Творческие задания, выполняемые на мастер-классах, мотивируют студента. Неизвестность ответа и возможность найти свое собственное «правильное» решение, основанное на своем персональном опыте и опыте своего коллеги, друга, позволяют создать фундамент для сотрудничества, самообучения, общения всех участников образовательного процесса, включая преподавателя.

Редакторский анализ и редактирование в рамках мастер-классов должны быть выполнены рукописно на листах с рекламным материалом из газет, журналов.

В конце курса студенты должны продемонстрировать определенную степень владения приемами редактирования и анализа.

**Редакторский анализ** направлен на изучение, оценку, совершенствование произведения и подготовку издания. Это выполняемый редактором прогностический процесс, цель которого — тщательно изучив предлагаемое к изданию произведение, определить, как оно будет воздействовать на читателя в целом и в деталях, чтобы оценить пригодность его к выпуску, его общественную ценность и возможность торгового успеха, выявить недостатки и резервы, усилить достоинства.

Редакторский анализ – это синтез специально-предметного, логического и лингвостилистического анализа.

Выделяются пять аспектов анализа: идейно-тематический, содержательный = фактический, композиционный, языково-стилистический, редакционно-технический, которые рассматриваются последовательно.

В рамках изучения дисциплины идейно-тематический и редакционно-технический аспекты не рассматриваются.

Анализ проходит в двух планах: 1) анализируется соответствие содержания концепции рекламного текста, 2) выявляются фактические, логические и языково-стилистические ошибки и погрешности.

- В произведении могут быть факты, не относящиеся к данной теме в ее конкретной разработке;
- могут отсутствовать отдельные ключевые положения, необходимые для полного раскрытия темы;
- может быть неполная или, напротив, излишняя аргументация, недостаточная или избыточная иллюстрация ключевых положений.

Задача студента - воссоздать недостающие элементы и исключить лишние.

Критерии оценки темы - актуальность, оригинальность, соответствие виду и типу издания, необходимость и целесообразность публикации.

Критерии оценки фактического материала - соответствие теме, достоверность, точность, новизна, научность, уместность, яркость, выразительность, наглядность, доступность.

Критерии оценки композиции - гармоничная целостность и системность.

Критерии оценки языка и стиля - точность словоупотребления, яркость, выразительность и др.

Специально-предметный, логический и лингвостилистический анализ позволяет выявить достоинства и недостатки как содержания, так и формы произведения, которые часто взаимосвязаны.

Редакторский анализ должен быть проведен по всем аспектам, на всех уровнях проникновения в текст и в полном объеме. Если по каким-либо причинам произведение было проанализировано не полностью, и отдельные элементы анализа были пропущены, это неизбежно отразится на качестве издания.

Результаты сделанного редакторского анализа должны быть представлены в виде контрольной работы, приложенной к выданному преподавателем тексту. На втором листе должны быть сформулированы наблюдения над текстом малой группы. На листе должны быть указаны фамилии студентов.

В течение семестра студенту необходимо выполнить четыре самостоятельные работы:

1. Факты в рекламном тексте: полнота, характер, функции.
2. Композиция моего рекламного текста.
3. Анализ логической структуры текста.
4. Лексическое и стилистическое богатство или бедность: работа с лексикой и стилем в своем рекламном тексте

В первой работе студент анализирует свой рекламный текст и добавляет в него новые факты, примеры, а также старается обыграть или упомянуть одно или несколько произведений мировой художественной культуры с целью изменить коммуникативное воздействие на читателя-потребителя.

Вторая работа посвящена анализу структуры своего рекламного текста. Составление плана является важным умением при работе со всяким текстом, так как позволяет увидеть смысловое ядро и побочные ветви (тематическое членение текста) и исправить неудачную композицию.

В третьей работе студент анализирует свой рекламный текст и 1) исправляет логические ошибки, если они есть, и 2) вводит логические ошибки для достижения запланированного коммуникативного эффекта.

Студент в своем рекламном тексте использует лексику общеупотребительную, затем добавляет лексику ограниченного употребления, использует средства художественной выразительности, стилистические фигуры (тропы, сравнения, аллюзии и реминисценции на знаковые произведения мировой культуры).

Самостоятельные работы должны быть выполнены в электронном виде в формате Word и представлены преподавателю.

Подготовка к зачету включает в себя посещение и работу на практических занятиях, выполнение самостоятельных заданий.

## **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

| <b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования</b>  | <b>Адрес (местоположение) объектов</b>  |
|--|---|
| Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 34)<br>Оборудование:<br>плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA<br>Проектор, модель Mitsubishi, экран<br>Эксклюзивная документ камера, модель Aversion 355 AF<br>Доска аудиторная | г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F621<br>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа |

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенные туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

## **VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

#### **Текущая аттестация студентов.**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Редакционно-издательская обработка рекламного текста» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация проводится в форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-4 Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, ПР-13 Творческое задание.

Критерии оценки указаны ниже.

#### **Перечень оценочных средств**

| <b>Код ОС</b> | <b>Наименование оценочного средства</b>           | <b>Краткая характеристика оценочного средства</b>   | <b>Представление оценочного средства в фонде</b> |
|---------------|---|---|--|
| УО-4          | Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты | Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения | Перечень дискуссионных тем                       |

|       |                    |  |  |
|-------|--------------------|--|--|
| ПР-13 | Творческое задание | Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся | Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий |
|-------|--------------------|--|--|

### **Перечень дискуссионных тем**

1. Сравнить определения «редактирование», «саморедактирование» и «редакторский анализ». Чем они отличаются? Зачем нужны?
2. Обязательно ли соблюдать языковую норму? Как коррелируется норма со стилистическими «неправильностями», авторским своеобразием?

### **Критерии оценки (устный ответ)**

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и

последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

### **Примерные темы коллективных творческих заданий**

1. Основные понятия редактирования
2. Факт в рекламном тексте
3. Построение рекламного текста: композиция и план
4. Логические основы редактирования текста
5. Лексическое богатство в рекламном тексте

### **Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии**

- ✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.
- ✓ 85-76 баллов - работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.
- ✓ 75-61 балл - проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы
- ✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

### **Примерные темы индивидуальных творческих заданий**

1. Факты в рекламном тексте: полнота, характер, функции.
2. Композиция моего рекламного текста.
3. Анализ логической структуры текста.

4. Лексическое и стилистическое богатство или бедность: работа с лексикой и стилем в своем рекламном тексте

**Критерии оценки творческого задания, выполняемого  
на практическом занятии**

- ✓ 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.
- ✓ 85-76 баллов - работа студента/группы характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.
- ✓ 75-61 балл - проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы
- ✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок смыслового содержания раскрываемой проблемы.

**Промежуточная аттестация студентов.**

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Редакционно-издательская обработка рекламного текста» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

**Оценочные средства для промежуточной аттестации  
Примерный перечень вопросов на экзамен:**

1. Задачи редактирования. Цель редакторского анализа.
2. Редакторский анализ как инструмент оценки достоинств и недостатков рекламного текста.
3. Виды редакционной правки и редакторского чтения.
4. Саморедактирование: задачи, проблемы.
5. Понятие нормы в современном русском литературном языке, вариативность нормы.
6. Языковая игра, стилизация как инструменты повышения эффективности рекламного текста.
7. Концепция текста: определяющие параметры и элементы.
8. Основные законы логического мышления и варианты их умышленного нарушения.
9. Приемы и методы логического анализа текста.
10. Оценка композиции рекламного текста.
11. Фактический материал в тексте: функции, целесообразность включения, способы проверки.
12. Лексическое богатство в рекламном тексте. Словарный запас.
13. Средства художественной выразительности, стилистические фигуры.
14. Произведения мировой и отечественной художественной культуры в рекламном тексте как знак и символ.
15. Художественно-техническое оформление рекламного текста: концепция, элементы композиции, шрифтового и нешрифтового оформления, полиграфическое исполнение.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине**

«Редакционно-издательская обработка рекламного текста»:

Итоговым контролем по дисциплине является – **экзамен (6 семестр)**, **экзамен** проводится аудиторно по билетам, в которых по 2 вопроса. Принцип комплектования билетов вопросами основан на учебной программе курса, билеты составлены по тематическому принципу

*Образец экзаменационного билета*

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»**

**Школа искусств и гуманитарных наук**

**ООП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Дисциплина «Редакционно-издательская обработка рекламного текста»**

**Форма обучения** Очная

**Семестр** весенний

**Реализующий Департамент коммуникаций и медиа**

**Экзаменационный билет № 1**

1. Понятие нормы в современном русском литературном языке, вариативность нормы
2. Оценка композиции рекламного текста

Директор Департамента \_\_\_\_\_

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене по дисциплине**

**«Редакционно-издательская обработка рекламного текста»**

| <b>Баллы<br/>(рейтинговой<br/>оценки)</b> | <b>Оценка<br/>экзамена<br/>(стандартная)</b> | <b>Требования к сформированным компетенциям</b>  |
|---|--|--|
| 100-85                                    | <i>«отлично»</i>                             | Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал по основам редакторского дела, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, обозначает особенности применения тех или иных методов работы редактора в зависимости от ситуаций, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, владеет и использует в решении задач нормативно-правовую базу, способен использовать современные технические средства для оптимизации, унификации и модернизации работы редактора. |
| 85-76                                     | <i>«хорошо»</i>                              | Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Использует основной терминологический аппарат по технологии редакционно-издательского процесса, способен решить стандартные практические задачи по редакторскому делу, знает основные нормативно-правовые акты, влияющие на способы и методы работы редактора.  |

|       |                              |   |
|-------|------------------------------|---|
| 75-61 | <i>«удовлетворительно»</i>   | Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, не владеет способами и методами работы редактора с фактическим материалом, не владеет нормативно-правовыми актами и не применяет их. |
| 60-50 | <i>«неудовлетворительно»</i> | Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.   |