

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

РПД одобрена
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 60 от 27.01.2025

УТВЕРЖДАЮ
Ректор НГУАДИ

_____ Н.В. Багрова

" ____ " _____ 202_ г.

Медиатекст и основы копирайтинга

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**

Учебный план 42.03.01_2023_РиО_3.plx
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **6 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 216
в том числе:
аудиторные занятия 124
самостоятельная работа 56
экзамены 36

Виды контроля в семестрах:
экзамены 4
зачеты с оценкой 3
курсовые работы 4, 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
	уп	рп	уп	рп		
Неделя	15 5/6		16 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп	уп	рп
Лекции	30	30	32	32	62	62
Практические	30	30	32	32	62	62
Итого ауд.	60	60	64	64	124	124
Контактная работа	60	60	64	64	124	124
Сам. работа	48	48	8	8	56	56
Часы на контроль			36	36	36	36
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):

Преподаватель кафедры ГИСЭД, Салехи Ф.А.

Рецензент(ы):

Канд.наук, Доцент кафедры ГИСЭД, Горбачева Ю.С.

Рабочая программа дисциплины

Медiateкст и основы копирайтинга

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.01.2025 протокол № 60.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Гуманитарных и социально-экономических дисциплин

Протокол от 24.01.2025 г. № 6

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой А.В.Дьячков

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Ознакомить обучающегося с современной структурой медиатекстовой реальности и сформировать компетенции, необходимые для использования современных технологий создания рекламных и PR текстов
1.2	Задачи дисциплины:
1.3	развить исходный уровень общекультурных и профессиональных компетенций;
1.4	сформировать представление об особенностях современного медиадискурса и разнообразии речевого общения в сфере массовых коммуникаций;
1.5	сформировать систему ориентирующих знаний, умений и навыков в области составления эффективных рекламных и PR текстов

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Визуальные коммуникации
2.1.2	Теория и практика массмедиа
2.1.3	Учебная практика. Профессионально-ознакомительная практика
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Корпоративные коммуникации
2.2.2	Маркетинг и менеджмент
2.2.3	Медиапланирование
2.2.4	Основы брендинга
2.2.5	Основы сторителлинга
2.2.6	Маркетинг социальных медиа
2.2.7	Основы теории и методологии дизайна
2.2.8	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.9	Производственная практика. Преддипломная практика
2.2.10	Технологии SMM
2.2.11	Арт-журналистика
2.2.12	Фотография и практика рекламной фотографии

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-2: Владение технологиями создания и распространения информационного контента	
Знать:	
Уровень 1	основные технологии и этапы создания текстового, визуального и мультимедийного контента в сфере культуры и искусства, включая брифинг, исследование, концепцию, производство и редактуру
Уровень 2	специфику креативных процессов в культурно-просветительских проектах: от формирования нарратива до мультимедийной упаковки, с учётом этических, эстетических и институциональных контекстов
Уметь:	
Уровень 1	создавать и редактировать медиатексты и простые визуальные материалы (афиши, посты, пресс-релизы, аннотации), соответствующие задачам культурных институций и форматам цифровых и офлайн-платформ
Уровень 2	адаптировать контент под разные каналы коммуникации (социальные сети, сайты, печатные издания, выставочные пространства) и целевые аудитории с сохранением тональности бренда культурного проекта
Владеть:	
Уровень 1	приёмами эффективной визуализации текстовой информации: иерархия, типографика, композиция, цвет, работа с изображением в рамках моно- и мультимедийных медиатекстов
Уровень 2	навыками интегрированной визуализации сложных культурных идей: от концептуальной графики до сторителлинга в мультимедийных форматах (видео, интерактивные инсталляции, диджитал-гиды), обеспечивающих ясность, эмоциональный отклик и вовлечённость аудитории

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	ПК-2.1.2 Технологии и этапы производства текстового, визуального и мультимедийного контента.

3.2	Уметь:
3.2.1	ПК–2.2.1 Создавать и редактировать тексты, визуальные и мультимедийные материалы для различных платформ.
3.2.2	ПК–2.2.2 Адаптировать контент под специфику каналов коммуникации и целевых аудиторий.
3.3	Владеть:
3.3.1	ПК–2.3.3 Приемами эффективной визуализации информации.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Медiateкст и медиапространство: история становления понятий					
1.1	Основные подходы к пониманию медиапространства. Текстцентричный подход: медиапространство - как «дискурсивное» пространство /Лек/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
1.2	Дискуссии исследователей вокруг понятия медиатекст. Анализ научных источников. /Пр/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
1.3	История формирования понятий "медиадискурс", "медiateкст", медиа- и информационное пространство. Разработка категориального аппарата в работах зарубежных и отечественных исследователей. /Лек/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.4	Дискуссии исследователей вокруг понятия медиатекст. Анализ научных источников /Пр/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
1.5	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка курсовой работы /Ср/	3	18	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
	Раздел 2. Основные категории медиатекста					
2.1	Медийность, массовость, интегративность, открытость Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста. Медиатекст и закономерности текстообразования. /Лек/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
2.2	Анализ интертекстуальных знаков в медиатексте /Пр/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
2.3	Медиатекст в функциональнопрагматическом аспекте. Специфика автора и адресата. Дифференциация медиатекста по способу производства текста; по форме (фактуре); по каналу распространения; по функционально-жанровому типу текста; по тематической доминанте /Лек/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
2.4	Анализ тематического разнообразия современного медиатекста /Пр/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
2.5	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка курсовой работы /Ср/	3	16	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
	Раздел 3. Типология медиатекстовой реальности					

3.1	Печатный медиатекст. Типология и рейтинги современных отечественных печатных СМИ. Жанрово-стилистический аспект журналистского медиатекста в печатных СМИ: интервью, репортаж, статья, фельетон, очерк. /Лек/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
3.2	Комплексный анализ медиатекста СМИ /Пр/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
3.3	Телевизионный медиатекст. Жанровая специфика телетекста. Телевизионная картина мира. Телевизионный текст как разновидность креолизованного текста: изобразительно - выразительные средства телевидения. Видеориторические фигуры. Специфика и правила построения телевизионной речи. /Лек/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
3.4	Комплексный анализ текста ТВ. /Пр/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
3.5	Радио-текст. Жанровая специфика радио. Особенности радиокommunikации. Выразительные средства радиоречи. Тембральная метафора. Специфика и правила построения радиийного текста /Лек/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
3.6	Комплексный анализ радиийного текста. /Пр/	3	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
3.7	Специфика Web-медиатекста. Интернет: понятие, основные сервисы. Медиатекст в системе интернет - коммуникаций. Жанровые особенности веб - медиатекста. Определение, специфические свойства интернет - СМИ Типология интернет - СМИ. Требования к интернет - публикациям. Электронный гипертекст как особый тип текста. Гиперссылки, их виды и принципы работы с ними. Контент сайта. Блоги и их контент /Лек/	3	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
3.8	Комплексный анализ гипертекстовой публикации /Пр/	3	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
3.9	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка курсовой работы /Ср/	3	14	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
3.10	Подготовка к зачету с оценкой и процедура сдачи зачета с оценкой /ЗачётСОц/	3	0	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Э1	
	Раздел 4. Рекламный текст в структуре современного медиапространства					
4.1	Современные рекламные стратегии и их разновидности. Рационалистическая и проекционная рекламные стратегии. /Лек/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
4.2	Методика определения и разработки рекламной стратегии. /Пр/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	

4.3	Типологический профиль рекламного текста: характеристика рекламного текста по рекламируемому объекту, по целевой аудитории, по цели /Лек/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
4.4	Анализ типологического профиля рекламного текста /Пр/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
4.5	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка курсовой работы /Ср/	4	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
	Раздел 5. PR -текст в структуре современного медиапространства					
5.1	PR - текст в медиапространстве. Задачи и функции PR -текста. Специфика PR -текста как разновидности медиатекста. Таргетированность. /Лек/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
5.2	Анализ типологического профиля PR -текста. /Пр/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
5.3	Типология PR-текстов по целевой аудитории, по каналу распространения, по сложности. Оперативно- новостные, оперативно- исследовательские, исследовательско- новостные, исследовательские, исследовательско-образные PR-тексты. PR-текст и "шкала новостийности" /Лек/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
5.4	Анализ типологического профиля PR-текста /Пр/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
5.5	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка курсовой работы /Ср/	4	2	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
	Раздел 6. Современные технологии создания рекламного и PR-текста					
6.1	Структура и логикокомпозиционные модели построения рекламного текста. Функции и технологии создания рекламного заголовка. Разновидности "зачинов" ОРТ. Аргументная природа ОРТ. Технологии создания блока средств обратной связи. Кода и ее задачи. /Лек/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
6.2	Определение логико-композиционной модели структуры рекламного текста /Пр/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
6.3	Языковая игра в рекламе. Рекламный текст как пространство особым образом организованное. Принцип ритмизации. Фонетические, графические, словообразовательные, лексические, морфологические, синтаксические приемы создания рекламного образа. Стилизация как прием в рекламном тексте. /Лек/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
6.4	Определение приемов языковой игры в рекламном тексте. /Пр/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	
6.5	Принципы и приемы визуализации в рекламном тексте. Визуальные приемы создания рекламного образа. Цветографика в рекламном тексте. Разновидности макетов форматов) печатной рекламы. /Лек/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1	

6.6	Анализ визуальной составляющей рекламного текста /Пр/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1
6.7	Традиционные и новационные технологии создания PR-текста. Общериторические принципы привлечения внимания аудитории к PR-тексту. "Оптимизация" в PR-тексте /Лек/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1
6.8	Комплексный анализ PR-текста. /Пр/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1
6.9	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка курсовой работы /Ср/	4	4	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Э1
6.10	Подготовка к экзамену и процедура сдачи экзамена /Экзамен/	4	36	ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2 Л2.5 Л2.6 Э1

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.

Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.

Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.

Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Текущий контроль успеваемости - Контрольная работа в виде теста

Примерные тестовые задания:

Задание 1

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.

Какие из перечисленных признаков характерны для медиатекста?

- 1)одноразовость и невозпроизводимость
- 2)индивидуальное авторство
- 3)поликодовость
- 4)закрытость на смысловом уровне
- 5)массовость
- 6)опосредованность общения

Задание 2

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какой термин используется для обозначения текста, сочетающего вербальные и невербальные компоненты?

- 1)гипертекст
- 2)креолизованный текст
- 3)дискурсивный текст
- 4)мономодальный текст

Задание 3

Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).

Что такое интертекстуальность в контексте медиатекста?

Задание 4

Прочитайте текст и запишите пропущенное словосочетание.

Медиатекст – это динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере _____.

Задание 5

Прочитайте текст и определите, верно ли утверждение.

Автор медиатекста всегда является одним лицом, чьё индивидуальное видение определяет содержание текста.

Задание 6

Прочитайте вопрос и дайте ответ.

Перечислите пять основных категорий медиатекста.

Задание 7

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какая функция цитаты реализуется, когда СМИ пишет: «Как сообщает Минздрав, вакцинация остаётся добровольной»?

- 1) аргументация
- 2) пиар-продвижение
- 3) подмена ответственности
- 4) эстетическая функция

Задание 8

Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).

Что такое «формат СМИ»?

Задание 9

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.

Какие из перечисленных характеристик относятся к особенностям производства медиатекста?

- 1) индивидуальное авторство
- 2) коллективное производство
- 3) одноразовость и невозпроизводимость
- 4) прямая и мгновенная обратная связь
- 5) опосредованность общения
- 6) ориентация на узкую целевую аудиторию

Задание 10

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.

Какие из перечисленных признаков характеризуют универсальные печатные СМИ согласно Л. Реснянской?

- 1) обращённость ко всем читателям
- 2) узкая тематическая направленность
- 3) реализация всех базовых функций СМИ
- 4) охват всех сфер общественной жизни
- 5) ориентация только на профессиональную аудиторию

Задание 11

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

К какой группе жанров относится журналистское расследование?

- 1) информационные
- 2) художественно-публицистические
- 3) аналитические
- 4) рекламные

Задание 12

Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.

Пресс-релиз должен содержать только одну _____, чтобы не запутать аудиторию и сохранить информационную ясность.

Форма промежуточной аттестации (семестр III, IV) – курсовая работа.

Курсовая работа – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Курсовая работа является самостоятельной учебно-исследовательской работой студента, представленной в письменной форме.

Темы курсовых работ (на выбор):

- 1) «Наука в НГУАДИ»
- 2) «НГУАДИ в лицах»
- 3) «История НГУАДИ»

Студенты реализуют проект по созданию и адаптации трех типов контента для продвижения в выбранном канале коммуникации (Вконтакте или Телеграм).

Необходимо:

- 1) разработать текстовый, визуальный (графика, фото или видеообложка) и мультимедийный (короткое видео или слайд-шоу) контент;
- 2) составить график создания проекта;
- 3) обрисовать ожидаемые результаты и ключевые показатели эффективности (охват, вовлеченность, переходы).

Результаты проделанной работы студенты должны оформить в виде письменного отчета, где помимо самих разработанных материалов (тексты, фотографии, скриншоты экрана с видеороликами) размещается пояснительная записка, включающая:

- описание последовательности этапов создания каждого вида контента (идея, сценарий, подготовка материалов, редактирование);
- указание использованных инструментов и технологий (редакторы текста, графики, видео, анимации);
- объяснение выбранных технологических решений с точки зрения эффективности и качества,
- описание целевой аудитории.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой (семестр III).

Зачет с оценкой – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Основой для определения оценки на зачете с оценкой служит объем и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Зачет с оценкой выставляется по среднему значению результатов контрольной работы (оценка за тестирование) и курсовой работы за текущий семестр.

Форма промежуточной аттестации – Экзамен

Экзамен по дисциплине «Медиатекст и основы копирайтинга» проводится очно в устной форме по билетам.

Вопросы к экзамену по дисциплине «Медиатекст и основы копирайтинга»

1. Охарактеризуйте основные подходы к пониманию медиaprостранства. В чём заключается суть текстоцентричного подхода?
2. Проследите историю формирования понятий «медиадискурс», «медиатекст», медиа- и информационное пространство в работах зарубежных и отечественных исследователей.
3. Раскройте содержание категориального аппарата медиалингвистики: медийность, массовость, интегративность, открытость.
4. Объясните роль интертекстуальности как обязательной категории медиатекста и охарактеризуйте закономерности текстообразования в медиасфере.
5. Раскройте специфику медиатекста в функционально-прагматическом аспекте. Представьте дифференциацию медиатекста по способу производства, форме, каналу распространения, функционально-жанровому типу и тематической доминанте.
6. Представьте типологию современных отечественных печатных СМИ и охарактеризуйте жанрово-стилистический аспект журналистского медиатекста (интервью, репортаж, статья, фельетон, очерк).
7. Опишите жанровую специфику телевизионного текста и раскройте понятие «телевизионная картина мира».
8. Охарактеризуйте телевизионный текст как разновидность креолизованного текста: изобразительно-выразительные средства, видеориторические фигуры, правила построения телевизионной речи.
9. Охарактеризуйте жанровую специфику радио, особенности радиокоммуникации и выразительные средства радиоречи. Что такое тембральная метафора?
10. Раскройте специфику веб-медиатекста. Охарактеризуйте понятие «Интернет», основные сервисы и медиатекст в системе интернет-коммуникаций.
11. Представьте жанровые особенности веб-медиатекста, специфические свойства и типологию интернет-СМИ.
12. Сформулируйте требования к интернет-публикациям. Раскройте понятие «электронный гипертекст» как особый тип текста.
13. Охарактеризуйте гиперссылки, их виды и принципы работы с ними. Опишите контент сайта, блоги и их контент.
14. Сравните жанровую специфику печатных, телевизионных, радиальных и веб-медиатекстов.
15. Проанализируйте трансформацию традиционных медиажанров в интернет-пространстве.
16. Охарактеризуйте современные рекламные стратегии и их разновидности. Раскройте суть рационалистической и проекционной рекламных стратегий.
17. Представьте типологический профиль рекламного текста по рекламируемому объекту, целевой аудитории и цели воздействия.
18. Объясните роль языковой игры в рекламе. Охарактеризуйте рекламный текст как особым образом организованное пространство и принцип ритмизации.
19. Опишите фонетические, графические и словообразовательные приёмы создания рекламного образа.
20. Раскройте лексические, морфологические и синтаксические приёмы создания рекламного образа.
21. Объясните роль стилизации как приёма в рекламном тексте.

22. Представьте принципы и приёмы визуализации в рекламном тексте. Опишите визуальные приёмы создания рекламного образа.
23. Раскройте роль цветографии в рекламном тексте и охарактеризуйте разновидности макетов (форматов) печатной рекламы.
24. Сформулируйте задачи и функции PR-текста в современном медиапространстве. Раскройте специфику PR-текста как разновидности медиатекста. Что такое таргетированность?
25. Представьте типологию PR-текстов по целевой аудитории, каналу распространения и сложности.
26. Охарактеризуйте оперативно-новостные и оперативно-исследовательские PR-тексты.
27. Опишите исследовательско-новостные, исследовательские и исследовательско-образные PR-тексты.
28. Объясните взаимосвязь PR-текста и «шкалы новостийности». Как определяется ценность PR-материала?
29. Охарактеризуйте традиционные и новационные технологии создания PR-текста.
30. Сформулируйте общериторические принципы привлечения внимания аудитории к PR-тексту. Раскройте понятие «оптимизация» в PR-тексте.

5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Контрольная работа – работа для оценки знаний и/или умений (по отдельной теме, разделу, дисциплине в целом).

Контрольные работы могут быть представлены в различных вариантах: тест, конспект по отдельному вопросу, терминологический диктант и тп. Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями, формулируемыми преподавателем перед её выполнением. Как правило, контрольная работа выполняется письменно на практическом занятии и прикрепляется в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

Экзамен

Экзамен является заключительным этапом изучения дисциплины. Готовясь к нему, обучающийся повторяет изученный материал, восполняет пробелы, приводит свои знания в систематизированный вид, получает более глубокое представление о содержании курса. Вследствие этого подготовка к экзамену сама оказывается важной формой учебной работы.

Экзамен проводится в устной форме, на основе экзаменационного билета, в том числе с применением дистанционных образовательных технологий. Экзамен проводится в фиксированные сроки и специально назначенной аудитории.

Обучающийся обязан прибыть на экзамен вовремя, в указанное время начала экзамена. В аудитории целесообразно одновременное нахождение 5-6 человек. Обучающиеся не должны иметь с собой сумки, книги, тетради, сотовые телефоны, которые нужно отложить на время экзамена.

Обучающимся, получившим неудовлетворительные оценки, поясняется процедура и сроки проведения пересдачи.

Зачёт с оценкой

Зачёт с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения в семестре. Зачёт с оценкой проводится в счёт аудиторного времени по зафиксированным в контрольных точках итогам контрольных и самостоятельных работ (пересказов текстов).

Зачёт с оценкой по дисциплине проводится преподавателем, в практической форме, в фиксированные сроки и в аудитории. Обучающимся, получившим неудовлетворительные оценки, поясняем процедуру и сроки проведения второго зачёта, которую следует проводить после окончания сессии. Тщательный анализ результатов зачётов самим преподавателем, обсуждение результатов на кафедре помогают преподавателю сделать соответствующие выводы для дальнейшей работы - на какие темы курса обратить дополнительное внимание, какие методы и формы обучения усиливать как более эффективные.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Луговой Д. Б.	Копирайтинг: учебное пособие	Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017
Л1.2	Дзялошинский, И. М.	Информационно-коммуникационный универсум как система матриц текстовой деятельности: создание, восприятие и понимание медиатекстов: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Плеханова Т. Ф.	Дискурс-анализ текста: пособие для студентов вузов	Минск: ТетраСистемс, 2011
Л2.2	Мезенцев К. Н., Никитченко И. И.	Основы работы в сети Интернет: учебное пособие	Москва: Российская таможенная академия, 2012

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.3	Зубаркина Е. С., Игнатова И. В.	Основы журналистики: практикум	Москва: Московский педагогический государственный университет, 2018
Л2.4	Гаджиев А. А.	Русская сетевая литература: контекст, история, типология, поэтика: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2019
Л2.5	Богуславская В. В.	Моделирование медиатекста: монография	Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2020
Л2.6	Буторин, М. В.	Правовые основы журналистики: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017
Л2.7	Марочкина, С. С., Шуванов, И. Б.	Медиарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие	Сочи: Сочинский государственный университет, 2020

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Медиатекст и основы копирайтинга» - Режим доступа: https://portal.nsuada.ru/course/		
6.3.1 Перечень программного обеспечения			
7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем			
7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/		
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.		
7.2	Помещение для самостоятельной работы, оснащенная персональным компьютером (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ.		

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем, указанные в РПД источники литературы и другие материалы.

Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;
- проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине.

В инклюзивном образовании по образовательным программам ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова» одними из основных условий сопровождения обучающихся с инвалидностью и особыми образовательными потребностями являются подготовленный педагогический состав, прошедший повышение квалификации по программе «Инклюзивное образование в образовательной организации высшего образования», владеющий методиками и приемами обучения и адаптации, возможности тьюторского сопровождения обучения куратором группы.

Для лиц с нарушением слуха в рамках образовательной программы используются возможности визуального представления кратких материалов лекций в формате презентаций, в которых в удобной и адаптированной верстке представлены краткие

материалы дисциплин. Учебная аудитория, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, при необходимости- персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ

Для лиц с нарушением зрения в рамках образовательной программы с использованием электронной информационной образовательной среды (ЭИОС) ФГБОУ ВО НГУАДИ имеет версию сайта с минимальным уровнем доступности (А). Согласно ГОСТ Р 52 872 – 2012 «Требования доступности интернет-ресурсов для инвалидов по зрению»

Специфика преподаваемых дисциплин гуманитарного цикла на кафедре ГиСЭД не предполагает адаптации учебных материалов для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (ОДА).

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»
(НГУАДИ)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины (практики)

Медиатекст и основы копирайтинга

Учебный план: 42.03.01_2023_РиО.plx

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Составитель: преподаватель кафедры ГИСЭД,
Салехи Ф.А.

Рассмотрен и рекомендован
для использования в учебном процессе
на заседании кафедры Гуманитарных и
социально-экономических дисциплин
Протокол от 24.01.2025 № 6
Зав. кафедрой ГиСЭД Дьячков А.В.

Новосибирск 2025

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) включает материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Целью текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА) является контроль освоения запланированных по дисциплине знаний и умений, направленных на формирование у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
ПК-2	ПК -2.1.2 Технологии и этапы производства текстового, визуального и мультимедийного контента; ПК-2.2.1 Создавать и редактировать тексты, визуальные и мультимедийные материалы для различных платформ; ПК-2.2.2 Адаптировать контент под специфику каналов коммуникации и целевых аудиторий; ПК-2.3.2 Технологиями публикации и продвижения контента в онлайн и офлайн-среде.

2. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Оценочное средство: Тестовые задания (ПК-2).

Задание 1

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.

Какие из перечисленных признаков характерны для медиатекста?

- 1) одноразовость и невозпроизводимость
- 2) индивидуальное авторство
- 3) поликодовость
- 4) закрытость на смысловом уровне
- 5) массовость
- 6) опосредованность общения

Задание 2

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какой термин используется для обозначения текста, сочетающего вербальные и невербальные компоненты?

- 1) гипертекст
- 2) креолизованный текст
- 3) дискурсивный текст
- 4) мономодальный текст

Задание 3

Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).

Что такое интертекстуальность в контексте медиатекста?

Задание 4

Прочитайте текст и запишите пропущенное словосочетание.

Медиатекст – это динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере _____.

Задание 5

Прочитайте текст и определите, верно ли утверждение.

Автор медиатекста всегда является одним лицом, чьё индивидуальное видение определяет содержание текста.

Задание 6

Прочитайте вопрос и дайте ответ.

Перечислите пять основных категорий медиатекста.

Задание 7

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какая функция цитаты реализуется, когда СМИ пишет: «Как сообщает Минздрав, вакцинация остаётся добровольной»?

- 1) аргументация
- 2) пиар-продвижение
- 3) подмена ответственности
- 4) эстетическая функция

Задание 8

Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).

Что такое «формат СМИ»?

Задание 9

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.

Какие из перечисленных характеристик относятся к особенностям производства медиатекста?

- 1) индивидуальное авторство
- 2) коллективное производство
- 3) одноразовость и невозпроизводимость
- 4) прямая и мгновенная обратная связь
- 5) опосредованность общения
- 6) ориентация на узкую целевую аудиторию

Задание 10

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.

Какие из перечисленных признаков характеризуют универсальные печатные СМИ согласно Л. Реснянской?

- 1) обращённость ко всем читателям
- 2) узкая тематическая направленность
- 3) реализация всех базовых функций СМИ
- 4) охват всех сфер общественной жизни
- 5) ориентация только на профессиональную аудиторию

Задание 11

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

К какой группе жанров относится журналистское расследование?

- 1) информационные
- 2) художественно-публицистические
- 3) аналитические
- 4) рекламные

Задание 12

Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.

Пресс-релиз должен содержать только одну _____, чтобы не запутать аудиторию и сохранить информационную ясность.

Задание 13

Установите соответствие между строками левого и правого столбцов.

Сопоставьте группы журналистских жанров (левый столбец) с примерами жанров, к ним относящимися (правый столбец).

	Группа жанров		Примеры
А	Информационные	1	Очерк, памфлет, фельетон
Б	Аналитические	2	Заметка, репортаж, новость
В	Художественно-публицистические	3	Комментарий, обозрение, журналистское расследование

Задание 14

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.

Какие из перечисленных свойств характерны для телевизионной речи?

- 1) синхронность восприятия
- 2) возможность многократного перечитывания
- 3) однотипность речевого общения
- 4) акустичность
- 5) письменная форма подачи
- 6) камерность при массовом обращении

Задание 15

Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).

Почему в радиотексте важно использовать короткие предложения и избегать сложных конструкций?

Задание 16

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Какой медиаформат в 1950-х годах стал «революционером» в мире рекламы благодаря сочетанию визуального и звукового воздействия?

- 1) радио
- 2) печатные плакаты
- 3) телевидение
- 4) газеты

Задание 17

Прочитайте вопрос и выберите все возможные правильные варианты ответа.
Какие из перечисленных элементов входят в структуру рекламной стратегии?

- 1) определение целевой аудитории
- 2) разработка логотипа компании
- 3) формулировка целей
- 4) выбор рекламных средств
- 5) бюджет на продвижение
- 6) подбор персонала

Задание 18

Прочитайте текст и запишите пропущенное слово.

Рекламная стратегия должна быть выполнимой, интерактивной и _____, то есть постоянно корректироваться по итогам реализации.

Задание 19

Прочитайте вопрос и выберите правильный вариант ответа.

Что представляет собой «креативное ядро рекламы»?

- 1) бюджет рекламной кампании
- 2) центральная концептуальная идея, лежащая в основе всех коммуникаций
- 3) список используемых медиаканалов
- 4) портрет потребителя

Задание 20

Прочитайте вопрос. Запишите ответ коротким текстом (не более 50 слов).

Какова роль сторителлинга в рекламе?

Задание 21

Прочитайте текст и определите, верно ли утверждение.

Реклама услуг требует большего акцента на визуальной презентации товара, чем реклама материальных товаров.

Критерии оценивания теста:

Максимальное количество баллов – 57

Не сформирована 0-31 % баллов (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 31-50 % баллов (удовлетворительно)	Базовый уровень 51-80 % баллов (хорошо)	Продвинутый уровень 81-100 % баллов (отлично)
0- 17 баллов	18 – 28 баллов	29 – 45 баллов	46 – 57 баллов
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала,	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной

допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.	и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.	сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.
--	---	---	--

3. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма промежуточной аттестации (семестр III, IV) – курсовая работа.

Курсовая работа – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Курсовая работа является самостоятельной учебно-исследовательской работой студента, представленной в письменной форме.

Темы курсовых работ (на выбор):

- 1) «Наука в НГУАДИ»
- 2) «НГУАДИ в лицах»
- 3) «История НГУАДИ»

Студенты реализуют проект по созданию и адаптации трех типов контента для продвижения в выбранном канале коммуникации (Вконтакте или Телеграм).

Необходимо:

- 1) разработать текстовый, визуальный (графика, фото или видеообложка) и мультимедийный (короткое видео или слайд-шоу) контент;
- 2) составить график создания проекта;
- 3) обрисовать ожидаемые результаты и ключевые показатели эффективности (охват, вовлеченность, переходы).

Результаты проделанной работы студенты должны оформить в виде письменного отчета, где помимо самих разработанных материалов (тексты, фотографии, скриншоты экрана с видеороликами) размещается пояснительная записка, включающая:

- описание последовательности этапов создания каждого вида контента (идея, сценарий, подготовка материалов, редактирование);
- указание использованных инструментов и технологий (редакторы текста, графики, видео, анимации);
- объяснение выбранных технологических решений с точки зрения эффективности и качества,
- описание целевой аудитории.

Отчет о проделанной работе оформляется в виде текстового файла.

Общие требования к оформлению текста:

- Межстрочный интервал 1,5.
- Шрифт – Times New Roman или Arial, размер основного текста – 14 pt, заголовков – 16 pt, для сносок и примечаний – 10 pt.
- Поля: верхнее, левое и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм.
- Текст должен быть выровнен по ширине.
- Абзацный отступ задается специальной настройкой (отступ первой строки).
- Используется автоматическая расстановка переносов.
- Слова разделяются одним пробелом.
- Каждая страница нумеруется, номер ставится внизу страницы по центру или снаружи.
- Таблицы создаются средствами текстового редактора, а не вручную.
- Списки оформляются с помощью средств текстового редактора (маркированные или нумерованные списки).

Требования к оформлению текстового файла:

- Имя файла должно быть информативным и отражать содержание работы.
- Формат файла – Word .doc или .docx

Критерии оценивания курсового проекта:

Критерии	Балл	Описание
Правильность ответа	20	Соответствие содержания работы заданию, отсутствие фактических ошибок.
Глубина анализа целевой аудитории	15	Детальность и полнота исследования характеристик, потребностей и поведения аудитории. Включает выявление ключевых сегментов, понимание их интересов, проблем и предпочтений.
Качество адаптации контента	15	Оценка степени, в которой контент соответствует специфике выбранной целевой аудитории, платформе и формату публикации. Включает правильный выбор стиля, языка, визуальных и смысловых элементов, а также адаптацию под предпочтения и поведение пользователей.
Аргументация	20	Использование научных, статистических и практических данных, ссылки на авторитетные источники.
Критическое осмысление и оригинальность	15	Способность анализировать тему, делать самостоятельные выводы, предлагать новые идеи.
Оформление и грамотность	15	Соответствие академическим требованиям, ясность и доступность изложения, грамотность, корректность цитирования.
ИТОГО	100	

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой (семестр III).

Зачет с оценкой – вид промежуточной аттестации, в результате которого

обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Основой для определения оценки на зачете с оценкой служит объем и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Зачет с оценкой выставляется по среднему значению результатов контрольной работы (оценка за тестирование) и курсовой работы за текущий семестр.

Форма промежуточной аттестации (семестр IV) – экзамен.

Экзамен – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Основой для определения оценки на экзамене служит объем и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Экзамен по дисциплине «Медиатекст и основы копирайтинга» проводится очно в устной форме по билетам.

Вопросы к экзамену по дисциплине «Медиатекст и основы копирайтинга»

1. Охарактеризуйте основные подходы к пониманию медиапространства. В чём заключается суть текстоцентричного подхода?
2. Проследите историю формирования понятий «медиадискурс», «медиатекст», медиа- и информационное пространство в работах зарубежных и отечественных исследователей.
3. Раскройте содержание категориального аппарата медиалингвистики: медийность, массовость, интегративность, открытость.
4. Объясните роль интертекстуальности как обязательной категории медиатекста и охарактеризуйте закономерности текстообразования в медиасфере.
5. Раскройте специфику медиатекста в функционально-прагматическом аспекте. Представьте дифференциацию медиатекста по способу производства, форме, каналу распространения, функционально-жанровому типу и тематической доминанте.
6. Представьте типологию современных отечественных печатных СМИ и охарактеризуйте жанрово-стилистический аспект журналистского медиатекста (интервью, репортаж, статья, фельетон, очерк).
7. Опишите жанровую специфику телевизионного текста и раскройте понятие «телевизионная картина мира».
8. Охарактеризуйте телевизионный текст как разновидность креолизованного текста: изобразительно-выразительные средства, видеориторические фигуры, правила построения телевизионной речи.
9. Охарактеризуйте жанровую специфику радио, особенности радиокommunikации и выразительные средства радиоречи. Что такое тембральная метафора?
10. Раскройте специфику веб-медиатекста. Охарактеризуйте понятие «Интернет», основные сервисы и медиатекст в системе интернет-коммуникаций.
11. Представьте жанровые особенности веб-медиатекста, специфические свойства и типологию интернет-СМИ.
12. Сформулируйте требования к интернет-публикациям. Раскройте понятие «электронный гипертекст» как особый тип текста.
13. Охарактеризуйте гиперссылки, их виды и принципы работы с ними. Опишите контент сайта, блоги и их контент.
14. Сравните жанровую специфику печатных, телевизионных, радиальных и веб-медиатекстов.

15. Проанализируйте трансформацию традиционных медиажанров в интернет-пространстве.
16. Охарактеризуйте современные рекламные стратегии и их разновидности. Раскройте суть рационалистической и проекционной рекламных стратегий.
17. Представьте типологический профиль рекламного текста по рекламируемому объекту, целевой аудитории и цели воздействия.
18. Объясните роль языковой игры в рекламе. Охарактеризуйте рекламный текст как особым образом организованное пространство и принцип ритмизации.
19. Опишите фонетические, графические и словообразовательные приёмы создания рекламного образа.
20. Раскройте лексические, морфологические и синтаксические приёмы создания рекламного образа.
21. Объясните роль стилизации как приёма в рекламном тексте.
22. Представьте принципы и приёмы визуализации в рекламном тексте. Опишите визуальные приёмы создания рекламного образа.
23. Раскройте роль цветографики в рекламном тексте и охарактеризуйте разновидности макетов (форматов) печатной рекламы.
24. Сформулируйте задачи и функции PR-текста в современном медиaprостранстве. Раскройте специфику PR-текста как разновидности медиатекста. Что такое таргетированность?
25. Представьте типологию PR-текстов по целевой аудитории, каналу распространения и сложности.
26. Охарактеризуйте оперативно-новостные и оперативно-исследовательские PR-тексты.
27. Опишите исследовательско-новостные, исследовательские и исследовательско-образные PR-тексты.
28. Объясните взаимосвязь PR-текста и «шкалы новостийности». Как определяется ценность PR-материала?
29. Охарактеризуйте традиционные и новационные технологии создания PR-текста.
30. Сформулируйте общериторические принципы привлечения внимания аудитории к PR-тексту. Раскройте понятие «оптимизация» в PR-тексте.

Критерии оценивания устного ответа:

- 1) правильность ответа (отсутствие фактических ошибок) (максимальное количество баллов – 25);
- 2) полнота ответа (раскрытие объема используемых понятий) (максимальное количество баллов – 25);
- 3) обоснованность ответа (наличие аргументов) (максимальное количество баллов – 25);
- 4) логика изложения ответа (правильная последовательность изложения материала) (максимальное количество баллов – 25).

Критерии выставления оценки:

Не сформирована 0-30 баллов (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 31-50 баллов (удовлетворительно)	Базовый уровень 51-80 баллов (хорошо)	Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося	Компетенция сформирована на пороговом уровне.	Компетенция сформирована на базовом уровне.	Компетенция сформирована на продвинутом

<p>обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.</p>	<p>Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач</p>	<p>Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам</p>	<p>уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении</p>
--	--	---	--