

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_2025_РиО_1plx
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль	креативный продукт в сфере культуры и искусства

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 3
аудиторные занятия	76	зачеты с оценкой 4
самостоятельная работа	104	курсовые работы 4

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		4 (2.2)		Итого	
Недель	15	4/6	16	3/6		
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	22	22	16	16	38	38
Практические	22	22	16	16	38	38
Итого ауд.	44	44	32	32	76	76
Контактная работа	44	44	32	32	76	76
Сам. работа	28	28	76	76	104	104
Итого	72	72	108	108	180	180

Программу составил(и):  
*преподаватель, Салехи Ф.А.*

Рецензент(ы):  
*Канд.наук, преподаватель, Горбачева Ю.С.*

Рабочая программа дисциплины

**Медиатекст 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: 2025-2029 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
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Визуальные коммуникации
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Маркетинг и менеджмент
2.2.2	Медиапланирование
2.2.3	Основы брендинга
2.2.4	Основы сторителлинга
2.2.5	Маркетинг социальных медиа
2.2.6	Основы теории и методологии дизайна
2.2.7	Разработка рекламного продукта
2.2.8	Медиа-технологии в рекламе
2.2.9	Консалтинг в сфере бизнес-коммуникаций
2.2.10	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.11	Производственная практика. Преддипломная практика
2.2.12	Технологии SMM

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ПК-1: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации рекламного продукта**

**Знать:**

Уровень 1 методы и этапы создания коммерческих текстов разной структуры

**Уметь:**

Уровень 1 разрабатывать копирайтинговую стратегию в зависимости от маркетинговых задач организации, анализировать и оценивать эффективность коммуникативного продукта

**Владеть:**

Уровень 1 навыками эффективной языковой коммуникации

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	ПК-1.1.2 Современные технологии работы с информацией, структуру медиапространства, правила функционирования медиатекстов в различных коммуникативных ситуациях;
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	ПК-1.2.1 Использовать различные вербальные и невербальные средства создания медиатекстов в сфере креативных индустрий;
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	ПК-1.3.2 Навыками эффективной языковой коммуникации, написания коммерческих текстов в сфере креативных индустрий;

<b>4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>						
<b>Код занятия</b>	<b>Наименование разделов и тем /вид занятия/</b>	<b>Семестр / Курс</b>	<b>Часов</b>	<b>Компетенции</b>	<b>Литература</b>	<b>Примечание</b>
	<b>Раздел 1. Медиатекст и медиапространство: история становления понятий</b>					
1.1	Основные подходы к пониманию медиапространства. Текстоцентрический подход: медиапространство - как «дискурсивное» пространство /Лек/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.9 Э1	
1.2	Дискуссии исследователей вокруг понятия медиатекст. Анализ научных источников. /Пр/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.9 Э1	
1.3	История формирования понятий "медиадискурс", "медиатекст", медиа- и информационное пространство. Разработка категориального аппарата в работах зарубежных и отечественных исследователей. /Лек/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Э1	
1.4	Дискуссии исследователей вокруг понятия медиатекст. Анализ научных источников /Пр/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Э1	
1.5	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка мультимедийного проекта /Ср/	3	9	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Э1	
	<b>Раздел 2. Основные категории медиатекста</b>					
2.1	Медийность, массовость, интегративность, открытость Интертекстуальность как обязательная категория медиатекста. Медиатекст и закономерности текстообразования. /Лек/	3	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
2.2	Анализ интертекстуальных знаков в медиатексте /Пр/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 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	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
2.4	Анализ тематического разнообразия современного медиатекста /Пр/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
2.5	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка мультимедийного проекта /Ср/	3	9	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
	<b>Раздел 3. Типология медиатекстовой реальности</b>					

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	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
3.2	Комплексный анализ медиатекста СМИ /Пр/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 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-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
3.4	Комплексный анализ текста ТВ. /Пр/	3	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
3.5	Радио-текст. Жанровая специфика радио. Особенности радиокоммуникации. Выразительные средства радиоречи. Тембральная метафора. Специфика и правила построения радийного текста /Лек/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
3.6	Комплексный анализ радийного текста. /Пр/	3	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 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	4	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
3.8	Комплексный анализ гипертекстовой публикации /Пр/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
3.9	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка мультимедийного проекта /Ср/	3	10	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
3.10	По всем темам и разделам дисциплины /Зачёт/	3	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.4 Л2.5 Л2.8 Э1	
	<b>Раздел 4. Рекламный текст в структуре современного медиапространства</b>					
4.1	Эволюция рекламного текста: от традиционных медиа к цифровым платформам /Лек/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	

4.2	Анализ современной рекламы /Пр/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
4.3	Современные рекламные стратегии и их разновидности. Рационалистическая и проекционная рекламные стратегии /Лек/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
4.4	Методика определения и разработки рекламной стратегии /Пр/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1	
4.5	Типологический профиль рекламного текста: характеристика рекламного текста по рекламируемому объекту, по целевой аудитории, по цели /Лек/	4	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	
4.6	Анализ типологического профиля рекламного текста /Пр/	4	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8	
4.7	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка мультимедийного проекта /Ср/	4	14	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
	<b>Раздел 5. PR -текст в структуре современного медиапространства</b>					
5.1	PR - текст в медиапространстве. Задачи и функции PR -текста. Специфика PR -текста как разновидности медиатекста. Таргетированность /Лек/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
5.2	Анализ типологического профиля PR-текста /Пр/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 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	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
5.4	Анализ типологического профиля PR -текста /Пр/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
5.5	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка мультимедийного проекта /Ср/	4	12	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
	<b>Раздел 6. Современные технологии создания рекламного и PR-текста</b>					
6.1	Современные инструменты PR-коммуникации /Лек/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
6.2	Комплексный анализ инструментария PR-коммуникаций в условиях цифровой среды /Пр/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
6.3	Принципы и приемы визуализации в рекламном тексте. Визуальные приемы создания рекламного образа. Цветографика в рекламном тексте. Разновидности макетов форматов) печатной рекламы. /Лек/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	

6.4	Анализ визуальной составляющей рекламного текста /Пр/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
6.5	Традиционные и новационные технологии создания PR-текста. Общериторические принципы привлечения внимания аудитории к PR-тексту. "Оптимизация" в PR-тексте /Лек/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
6.6	Комплексный анализ PR-текста. /Пр/	4	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
6.7	Самостоятельная работа по темам раздела, подготовка и разработка мультимедийного проекта /Ср/	4	14	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Э1	
6.8	Подготовка к зачету с оценкой и процедура сдачи зачета с оценкой /ЗачётСОц/	4	36	ПК-1	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.10 Л2.1 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 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**

Для оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине "Иностранный язык" используются следующие оценочные средства : "Контрольная работа", "Пересказ текста", "Зачет с оценкой", " Экзаменационные вопросы" и шкалы оценивания:

1. 0-30 баллов (неудовлетворительно)-Компетенция не сформирована, у обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий;
2. 31-50 баллов(удовлетворительно)-Компетенция сформирована на пороговом уровне, пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач;
3. Базовый уровень 51-81 балл(хорошо)- Компетенция сформирована на базовом уровне, базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам;
4. Продвинутый уровень 81-100 баллов(отлично)- 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**

Выберите верное высказывание:

1.  
А. Сила стратегий рационалистического типа в прочной связи рекламы с товаром.  
Б. Сила стратегий рационалистического типа в эстетическом воздействии на потребителя.
2.  
А. Сила стратегий проекционного типа в их информативности.  
Б. Сила стратегий проекционного типа в их аттрактивности.
3.  
А. Основной критерий эффективности проекционных стратегий — запоминаемость марки и основного рекламного утверждения.  
Б. Основной критерий эффективности проекционных стратегий — эмоциональная вовлеченность потребителя.

Вставьте нужное слово

4. Рационалистическая реклама подчеркивает ..... ценность товара,  
- утилитарную  
- психологическую  
- имиджевую
5. Проекционная реклама используется, когда для потребителя ..... реальные различия между конкурирующими марками

- не существенны

- существенны

Выберите нужное:

6. К рационалистическим рекламным стратегиям относятся:

а) стратегия резонанс

б) стратегия УТП

в) стратегия преимущества

г) родовая стратегия

д) аффективная стратегия

е) художественно-эстетическая стратегия

ж) стратегия «имидж марки»

7. К проекционным рекламным стратегиям относятся:

а) стратегия резонанс

б) стратегия УТП

в) стратегия преимущества

г) родовая стратегия

д) аффективная стратегия

е) стратегия позиционирования

ж) художественно-эстетическая стратегия

з) стратегия «имидж марки»

### **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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
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
Л1.3	Зайцева, А. В.	Теория коммуникации: учебно-методическое пособие	Луганск: Книга, 2021

#### **6.1.2. Дополнительная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Мезенцев К. Н., Никитченко И. И.	Основы работы в сети Интернет: учебное пособие	Москва: Российская таможенная академия, 2012
Л2.2	Зубаркина Е. С., Игнатова И. В.	Основы журналистики: практикум	Москва: Московский педагогический государственный университет, 2018
Л2.3	Гаджиев А. А.	Русская сетевая литература: контекст, история, типология, поэтика: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2019
Л2.4	Богуславская В. В.	Моделирование медиатекста: монография	Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2020
Л2.5	Буторин, М. В.	Правовые основы журналистики: учебное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017
Л2.6	Марочкина, С. С., Шуванов, И. Б.	Медиарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие	Сочи: Сочинский государственный университет, 2020
Л2.7	Дзялошинский, И. М.	Медиатизация культуры в цифровой цивилизации: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022
Л2.8	Игнатова, И. Б., Зубаркина, Е. С.	Новые медиа: теория и практика: учебно-методическое пособие	Москва: Московский педагогический государственный университет, 2022
Л2.9	Сулейманов, М. Р.	Культура медиапотребления: цифровой переход: монография	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023
Л2.10	Плеханова Т. Ф.	Дискурс-анализ текста: пособие для студентов вузов	Минск: ТетраСистемс, 2011

#### **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"**

Э1	: ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Медиатекст и основы копирайтинга» - Режим доступа: <a href="https://portal.nsuada.ru/course/">https://portal.nsuada.ru/course/</a>
Э2	

#### **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: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>

### **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).