

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Хоружий Лидия Александровна

Должность: Директор института экономики и управления АПК

Дата подписания: 2025.01.14 14:36:50

Уникальный программный ключ:

1e90b132d9b04dce675851b0b015dddf2cb1e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ - МСХА имени К.А. Тимирязева»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт экономики и управления АПК

Кафедра связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института
экономики и управления АПК
д.э.н., проф. Л.И. Хоружий

«» 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.18.02 «Редактирование рекламных и ПР-текстов»
для подготовки бакалавров
ФГОС ВО

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность: «Реклама и медиакommunikации»

Курс 3

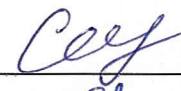
Семестр 6

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2025

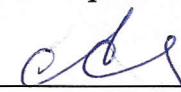
Москва, 2025

Синицына М.В., к.филол. наук, старший преподаватель кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма


«27» 08 2025 г.

Рецензент:

Зайцев А.А., к.филол.н., доцент, и.о. заведующего кафедрой иностранных и русского языков


«28» 08 2025 г.


Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, профессиональных стандартов и учебного плана по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации».

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

протокол № 1 от «28» 08 2025 г.

И. о. заведующего кафедрой


Евграфова Л.В., к.э.н., доцент


«28» 08 2025 г.

Согласовано:

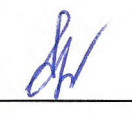
Председатель учебно-методической комиссии
института экономики и управления АПК

Гупалова Т.Н., к.э.н., доцент


«28» 08 2025 г.

И.о. заведующего выпускающей кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма

Евграфова Л.В., к.э.н., доцент


«28» 08 2025 г.

Заведующий отделом комплектования ЦНБ / 

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ... ..	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ.....	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ.....	7
ПО СЕМЕСТРАМ	7
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.3 ЛЕКЦИИ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	10
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	13
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	14
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	14
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	16
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	18
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	18
7.2. Дополнительная литература.....	
9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	19
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	20
Виды и формы отработки пропущенных занятий	21
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	21

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.18.02 «Редактирование рекламных и PR-текстов» для подготовки
бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленности: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере
АПК)

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов системного представления по общетеоретическим вопросам литературного редактирования, выработка практических навыков работы с текстом, показ максимальных возможностей использования русского языка.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Индекс дисциплины в учебном плане – Б1.В.18.02.

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции (индикаторы): ПКос-1.1; ПКос-1.2; ПКдпо-1.1; ПКдпо-1.2; ПКдпо-1.3

Краткое содержание дисциплины:

Текст как объект литературного редактирования. Основная функция литературного редактирования. Общая схема работы редактора над текстом. Виды информации. Основные законы логического мышления. Требования к композиции авторского текста. Выбор заголовка. Рубрикация.

Приемы редактирования текстов. Знаки корректуры. Виды чтения. Виды правки. Правка- обработка, правка-переделка, правка-сокращение, правка-вычитка.

Виды фактического материала. Цитирование в тексте. Цифры в тексте. Таблицы в тексте. Виды таблиц. Рисунки в тексте. Подписи к рисункам.

Редактирование звучащего текста.

Редактирование телевизионного текста

«бегущая строка». Редактирование рекламного текста.

Рейтинг. SEO-копирайтинг.

Общая трудоемкость дисциплины: 108/3 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен.

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Редактирование рекламных и PR-текстов» - формирование у студентов системного представления по общетеоретическим вопросам литературного редактирования, выработка практических навыков работы с текстом, показ максимальных возможностей использования русского языка.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Редактирование рекламных и PR-текстов» включена в часть дисциплин учебного плана, формируемых участниками образовательных отношений. Дисциплина «Редактирование рекламных и PR-текстов» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Редактирование рекламных и PR-текстов», являются «Деловая коммуникация», «Введение в коммуникационные специальности», «Основы нейминга», «Основы копирайтинга», «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе».

Дисциплина «Редактирование рекламных и PR-текстов» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», «Межкультурная коммуникация в рекламе и связях с общественностью», «Современная пресс-служба», «Переговорный процесс».

Особенность дисциплины «Редактирование рекламных и PR-текстов» заключается в том, что она дает знания функционально-стилистической дифференциации текстов русского литературного языка и классификацию внутри стилей; этапов и правил редактирования PR-текстов, текстов СМИ и рекламы. Знакомит с правилами оформления текстов различных типов. Учит составлению текстов определенных стилей и жанров, в том числе рекламных и PR-текстов; навыкам отбора и редактирования разных видов текстов (печатных, аудио-, видео), приведения их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.

Рабочая программа дисциплины «Редактирование рекламных и PR-текстов» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с
планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций,
представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компет енции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	ПКос- 1	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и цифровых медиа	ПКос-1.1 Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта с учетом цифровизации рекламной и пиар коммуникации	Основы редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта с учетом цифровизации рекламной и пиар коммуникации (включая использование электронных инструментов: Google Jamboard,	Создавать и редактировать тексты рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта с учетом цифровизации рекламной и пиар коммуникации с помощью компьютерных программ Excel, Word,	Навыками технологий создания и редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта с учетом цифровизации рекламной и пиар коммуникации в том числе с применением

				Miro, Kahoot)		электронных программ Teams, Outlook, Miro, Zoom; правилами цифрового этикета
2.	ПКос-1	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и цифровых медиа	ПКос-1.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Форматы коммуникационного продукта медиаконцепции канала (включая использование электронных инструментов: Google Jamboard, Miro, Kahoot, официальных сайтов, компьютерных программ и др.)	Контролировать соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Навыками контроля соответствия формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала, в том числе с применением электронных программ Teams, Outlook, Miro, Zoom
3.	ПКдпо-1	Способен создавать информационные материалы для сайта	ПКдпо-1.1 Знать принципы копирайтинга и рерайта	принципы копирайтинга и рерайта (включая использование электронных инструментов: Google Jamboard, Miro, Kahoot, официальных сайтов, компьютерных программ и др.)	Осуществлять рерайтинг и копирайтинг	Основами копирайтинга и рерайта, в том числе с применением компьютерных программ
4.	ПКдпо-1	Способен создавать информационные материалы для сайта	ПКдпо-1.2 уметь вводить и редактировать данные в текстовом	Основы работы текстовых редакторов	вводить и редактировать данные в текстовом редакторе	Навыками работы с текстовыми редакторами

			редакторе			
5.	ПКдпо -1	Способен создавать информационные материалы для сайта	ПКдпо-1.3 Владеть навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов	Основы поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов	Работать поисковой оптимизацией и адаптацией текстовых материалов	навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов

1. Структура и содержание дисциплины

1.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	Семестр № 6
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108	108
1. Контактная работа:	50,4	50,4
Аудиторная работа	50,4	50,4
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	16	16
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	32	32
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,4	0,4
<i>Консультация перед экзаменом</i>	2,0	2,0
2. Самостоятельная работа (СРС)	57,6	57,6
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, решение кейсов, выполнение творческих заданий и т.д.)</i>	30,6	30,6
<i>Подготовка к экзамену</i>	27	27
Вид промежуточного контроля:	экзамен	

1.2 Содержание дисциплины

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ	ПКР	
Раздел 1 «Основные понятия стилистики. Функциональные стили современного русского литературного языка»	39	8	16		15
Раздел 2. «Основы редактирования рекламных и PR-текстов»	39,6	8	16		15,6
Наименование разделов и тем		Аудиторная работа			Внеаудито

дисциплин (укрупнённо)		Л	ПЗ	ПКР	рная работа СР
Консультации перед экзаменом	2			2	
Контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,4			0,4	
Всего за 4 семестр	108	16	32	2,4	57,6
Итого по дисциплине	108	16	32	2,4	57,6

Раздел 1. Основные понятия стилистики. Функциональные стили современного русского литературного языка

Тема 1. Основные аспекты стилистики

Определение понятия стиля и стилистики. Теория трёх стилей.

Функциональный стиль как одна из основных категорий стилистики. Понятие о функциональном стиле. Функциональный стиль как разновидность русского литературного языка. Общая характеристика функциональных стилей: конструктивный принцип, образность, стандартизованность, индивидуальность. Принципы классификации функциональных стилей.

Система стилей современного русского литературного языка. Вопрос об иерархии стилей. Взаимодействие функциональных стилей. Понятие о стилевой норме и стилевом эстетическом идеале.

Тема 2. Выразительные средства стилистики. Тропы и фигуры

Понятие образности в речи. Полисемия. Синонимия. Антонимия. Омонимия. Использование выразительных средств стилистики в рекламных и PR-текстах.

Определение тропа. Функции тропов в речи. Основные тропы, их свойства. Метафора. Метонимия. Синекдоха. Антономазия. Гипербола. Литота. Метафорический лепсис.

Стилистическая фигура, как одно из понятий стилистики. Стилистические фигуры, их роль в построении текстов разных типов и назначений. Эпитет. Плеоназм. Синонимия. Градация. Аккумуляция. Экзергазия. Реприза. Эпифора. Интерпретация.

Тема 3. Стилистические возможности грамматики и синтаксиса

Части речи и возможности их стилистического использования. Лексико-грамматические разряды и категории имен существительных, их использование в различных стилях речи. Стилистические особенности категорий рода, числа и падежа.

Стилистические особенности имени прилагательного, его место в различных стилях речи.

Использование глагола в различных стилях речи, его функции в художественной литературе. Стилистические особенности категории времени.

Стилистика имени числительного, его употребление в различных стилях речи.

Стилистическое использование местоимения, устаревшие местоимения.

Наречие, его стилистические особенности.

Способы выражения, стилистическое использование главных членов предложения, их согласование с второстепенными членами предложения. Стилистика сложного предложения. Использование различных типов сложного предложения. Использование прямой и косвенной речи в художественной литературе.

Средства выражения членов предложения как стилистический приём.

Стилистика простого и сложных предложений, сверхфразовых единств. Структурные типы предложений. Прямой и инверсионный порядок слов. Парцелляция как яркий стилистический прием.

Тема 4. Стилистические возможности фонетики и графики

Варьирование произносительных вариантов слов, обладающих стилистической информативностью. Нейтральный фоновариант, стилистически возвышенный фоновариант, стилистически сниженный фоновариант. Произносительные стили: деловой, информационно-публицистический, рекламный, декламационный религиозно-проповеднический, разговорный, нейтральный.

Фоностилистика. Понятие благозвучности. Средства звуковой выразительности: аллитерация, ассонанс, анафора эпифора, повторение одинаковых созвучий. Нарушение благозвучия.

Интонационные конструкции и роль в стилистическом оформлении звучащей речи.

Стилистические возможности шрифта и цвета.

Раздел 2. Основы редактирования рекламных и PR-текстов

Тема 5. Текст и его основные категории. Виды информации.

Понятие «текст», его основные характеристики. Цельность, связность и логичность текста. Виды информации (ключевая, уточняющая, дополнительная, повторная, нулевая).

Композиция текста. Заголовочный комплекс. Структура произведения, её связь с замыслом автора, жанром, читательским назначением; соразмеренность частей; способы изложения.

Фактический материал и работа над ним, принцип единообразия. Виды фактического материала (имена собственные, географические названия, цифры, цитаты и правила оформления ссылок на источники, факты). Возможные ошибки, их причины, виды и способы устранения. Проверка фактического материала. Факты истории.

Цифры в тексте. Обработка статистических данных. Виды таблиц.

Правила и приёмы цитирования. Оформление библиографии, примечаний.

Тема 6. Виды правки и приёмы редактирования текстов

Правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка, правка-вычитка.

Редактирование повествовательных текстов. Построение повествований.

Приёмы редактирования текстов-описаний. Построение описаний. Описания статические и динамические. Описания в публицистике.

Стилистические особенности текстов-рассуждений, приёмы их редактирования. Построение рассуждений. Виды рассуждений. Стилистические особенности рассуждений.

Тема 7. Логические основания редактирования

Основные законы логического мышления, нарушение законов логики и возможные ошибки в текстах разных видов и жанров.

Тема 8. Жанрово-стилистическая трансформация рекламных и PR-текстов

Жанровые особенности PR-текстов. Принципы трансформации PR-текстов в зависимости от канала распространения и вида СМИ.

Жанровые особенности рекламных текстов. Принципы трансформации рекламных текстов в зависимости от канала распространения.

SEO-тексты. Способы оптимизации Интернет-текстов.

1.3 Лекции и практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций, практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Раздел 1. Основные понятия стилистики. Функциональные стили современного русского литературного языка		ПКос-1.1, ПКос -1.2		22
	Тема 1. Функциональные стили современного русского литературного языка	Лекция № Стилистика как наука.	ПКос-1.1, ПКос -1.2		2
		Практическая работа № 1. Основные понятия стилистики. Система функциональных стилей русского современного языка.	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальный опрос, упражнения	2
		Практическая работа № 2. Стили и подстили. Жанры. Языковые особенности каждого стиля	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальный опрос, упражнения	2
	Тема 2. Выразительные средства стилистики. Тропы и фигуры	Лекция № 2. Выразительные средства стилистики	ПКос-1.1, ПКос -1.2		2
		Практическая работа № 3. Синонимы, антонимы, омонимы, паронимы, полисемия как стилистические средства	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Опрос, тест, упражнения	2
		Практическая работа № 4.	ПКос-1.1,	Опрос, тест, типо-	2

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
		Классификация стилистических тропов и фигур речи; их использование в рекламных текстах	ПКос -1.2	вые упражнения	
	Тема 3. Стилистические возможности грамматики и синтаксиса	Лекция № 3. Стилистические возможности грамматики и синтаксиса	ПКос-1.1, ПКос -1.2		2
		Практическая работа № 5. Стилистические возможности грамматики	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Опрос, Типовые упражнения	2
		Практическая работа № 6. Стилистические возможности синтаксиса. Парцелляция, инверсия и т.п.	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Опрос, Типовые упражнения	2
	Тема 4. Стилистические возможности фонетики и графики	Лекция № 4. Стилистические возможности фонетики и графики	ПКос-1.1, ПКос -1.2		2
		Практическая работа № 7. Стилистические возможности фонетики и графики и их учет для рекламных текстов.	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальные задания: анализ рекламных аудио- и печатных текстов	2
	Раздел 2. Основы редактирования рекламных и PR-текстов		ПКос-1.1, ПКос -1.2		28
2	Тема 5. Текст как объект редактирования	Лекция № 5. Композиция текста и заголовков	ПКос-1.1, ПКос -1.2		2
		Практическая работа № 8. Композиция текстов разных типов. Заголовочный комплекс.	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальные задания: анализ композиции текста, подбор 10 вариантов заголовков каждого текста	2
		Практическая работа № 9. Работа редактора над фактическим и статистическим материалом. Таблицы в тексте	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальные задания: 1. составление таблиц разного типа, 2. редактирование фактического материала и дат	2
	Тема 6. Виды правки и приёмы редактирования текстов	Лекция № 6. Виды правки и приёмы редактирования текстов	ПКос-1.1, ПКос -1.2		2
		Практическая работа № 10. Знаки корректуры. Виды	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальные задания: упраж-	2

№ п/п	№ раздела	№ и название лекций/ практических занятий	Формируемые компетенции (индикаторы)	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
		фактического материала; правила и приёмы цитирования, подписи к рисункам и фото		нения, анализ текстов	
		Практическая работа № 11. Обработка статистического материала, виды таблиц, даты.	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальные задания: упражнения, анализ текстов	2
	Тема 7. Логические основания редактирования	Лекция № 7. Логические основания редактирования	ПКос-1.1, ПКос -1.2		2
		Практическая работа № 12. Логические законы мышления и их учет при редактировании текстов	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Опрос. Индивидуальные задания: упражнения	2
	Тема 8. Жанрово-стилистическая трансформация рекламных и PR-текстов	Лекция № 8 Жанрово-стилистическая трансформация рекламных и PR-текстов	ПКос-1.1, ПКос -1.2		2
		Практическая работа № 13. Правка-сокращение: основные правила. Правка-обработка: основные правила.	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Опрос. Индивидуальные задания: упражнения	2
		Практическая работа №14. Правка-переделка: основные правила	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальные задания: сделать правку-переделку текста	2
		Практическая работа № 15. Функции и правила жанрово-стилистической трансформации рекламных и PR-текстов	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальные задания: сделать трансформацию рекламных и PR-текстов	2
		Практическая работа № 16. SEO-тексты	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Индивидуальные задания: сделать SEO-адаптацию текста	2
		Практическая работа № 17. Комплексное редактирование текстов	ПКос-1.1, ПКос -1.2	Контрольное редактирование текста	2

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1. Основные понятия стилистики. Функциональные стили современного русского литературного языка		
1.	Тема 1 Функцио-	1.Официально-деловой стиль: определение,

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	нальные стили со- временного русского литературного языка.	подстили, жанры, языковые особенности. 2. Научный стиль: определение, подстили, жан- ры, языковые особенности. 3. Публицистический стиль: определение, под- стили, жанры, языковые особенности. 4. Разговорный язык. 5. Язык художественной литературы. 6. Религиозный стиль: определение, жанры, язы- ковые особенности. 7. Язык рекламы: определение, жанры, языковые особенности. 8. Язык Интернет-коммуникации: определение, жанры, языковые особенности. (ПКос-1.1, ПКос -1.2)
2.	Тема 2. Выразитель- ные средства стили- стики	1. Тропы: метафора, метонимия, синекдоха, оли- цетворение, симфора, антономазия, гипербола, литота, металепсис и др. 2. Фигуры: риторический вопрос, риторическое восклицание, многосоюзие, обращение, эпитет, плеоназм, градация, аккумуляция, экзергация, реприза, эпифора, интерпретация. 3. Рифма. (ПКос-1.1, ПКос -1.2)
3.	Тема 3. Стилистиче- ские возможности грамматики.	1. Стилистические возможности категории чис- ла, 2. Стилистические возможности категории па- дежа, 3. Стилистические возможности категории рода. 4. Стилистические возможности категории вре- мени глагола (ПКос-1.1, ПКос -1.2)
Раздел 2. Основы редактирования рекламных и PR-текстов		
4	Тема 4. Композиция текста и заголовков	1. Композиция текстов-описаний 2. Композиция текстов-рассуждений 3. Композиция текстов-повествований 4. Композиция диалогических текстов (ПКос- 1.1, ПКос -1.2)
5	Тема 5. Жанрово- стилистическая трансформация рек- ламных и PR-текстов	1. Рекламные тексты в печатной прессе 2. Тексты радио- и телерекламы 3. Тексты Интернет-рекламы 4. Жанры PR-текстов (ПКос-1.1, ПКос -1.2)

2. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образова- тельных технологий (форм обучения)
1.	Основные аспек- ты стилистики	Активная форма: проблемная лекция

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образова- тельных технологий (форм обучения)	
		Л	
2.	Стилистические возможности фонетики и графики	Л	Активная форма: лекция-беседа с использованием видео-материалов и слайд-фильма
3.	Стилистические возможности фонетики и их учет для рекламных текстов на радио и ТВ. Стилистические возможности графики и их использование в печатной рекламе	ПЗ	Адаптация рекламных текстов под рамки радио и телеэфира, адаптация текста под бегущую строку
4.	Виды правки.	ПЗ	Интерактивная форма: Редакторская правка текстов разных жанров
5.	Жанрово-стилистическая трансформация рекламных и PR-текстов	ПЗ	Интерактивная форма: Экспертиза рекламных и PR-текстов
6	Эффективные рекламные технологии	ПЗ	Анализ видео-роликов, подготовленных студентами
7	Интерактивные технологии в рекламе	Л	Активная форма: проблемная лекция
8	Интерактивные технологии в рекламе	ПЗ	Анализ видео-роликов, подготовленных студентами

3. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

6.1.1. Тесты для текущего контроля знаний обучающихся

1. Определите вид тропа в рекламном тексте «Рука друга – рядом»:
 - А) ассонанс
 - Б) аллитерация
 - В) анафора
 - Г) эпифора

2. Определите вид тропа в рекламном тексте «Время триумфа – твоё время!»
- А) антитеза
 - Б) анафраз
 - В) парафраз
 - Г) сравнение
3. Определите вид тропа в следующем тексте «Зайди с мечтами – выйди Мечтой!» (салон коррекции фигуры)
- А) метафора
 - Б) сравнение
 - В) эпитет
 - Г) градация
4. Определите вид тропа в следующем тексте «Старое новое или новое старое» (лекарство «Асклезан»)
- А) антитеза
 - Б) параллелизм
 - В) оксюморон
 - Г) анафора
5. Определите вид тропа в следующем тексте «Мы с тобой одной кровли» (кровельные материалы)
- А) оксюморон
 - Б) градация
 - В) эллипсис
 - Г) аллюзия
6. Определите вид тропа в следующем тексте «Легко запомнить. Легко купить» (лекарство от кашля «Коделакс»)
- А) параллелизм
 - Б) парцелляция
 - В) градация
 - Г) антитеза
7. Определите вид тропа в следующем тексте «У нас можно найти ВСЁ!» (мобильные аксессуары)
- А) метафора
 - Б) эпитет
 - В) градация
 - Г) гипербола
8. Определите вид тропа в следующем тексте «У вас есть вопросы – у нас есть ответы»
- А) олицетворение
 - Б) антитеза
 - В) эпитет

- Г) метафора
9. Определите вид тропа в следующем тексте «Чай «Принцесса Нури» Он поможет вам окунуться в волшебный аромат»
- А) эпитет
Б) парцелляция
В) метафора
Г) метонимия
10. Определите вид тропа в следующем тексте «Твои волосы скажут спасибо» (фен)
- А) сравнение
Б) эпитет
В) метафора
Г) олицетворение
11. Определите вид тропа в следующем тексте «Площадь меньше Красной, зато демонстрации каждый день» (ИКЕА)
- А) сравнение
Б) эпитет
В) метафора
Г) литота
12. Определите вид тропа в следующем тексте «Радуга фруктовых ароматов» (конфеты Скитлс)
- А) эпитет
Б) метафора
В) синекдоха
Г) метонимия

6.1.2. Примерный перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию

1. Функциональный стиль как одна из основных категорий стилистики.
2. Система стилей современного русского литературного языка.
3. Понятие образности в речи.
4. Роль эпитетов в создании рекламного текста.
5. Речевые фигуры с использованием вопросов
6. Аппликация как стилистический приём
7. Функция повторов в рекламных текстах
8. Синтаксический параллелизм
9. Речевые фигуры: классификация
10. Метафора: определение, функции, разновидности
11. Тропы: определение, функции, классификация
12. Функциональный аспект стилистики
13. Нормативный аспект стилистики
14. Фонетические средства оформления рекламного и PR-текстов

15. Определение тропа. Функции тропов в речи.
16. Основные тропы, их свойства.
17. Стилистическая фигура, как одно из понятий стилистики.
18. Стилистические фигуры, их роль в построении текстов разных типов и значений.
19. Части речи и возможности их стилистического использования.
20. Способы выражения, стилистическое использование главных членов предложения, их согласование с второстепенными членами предложения.
21. Стилистика сложного предложения.
22. Средства выражения членов предложения как стилистический приём.
23. Стилистика простого и сложных предложений, сверхфразовых единств.
24. Варьирование произносительных вариантов слов, обладающих стилистической информативностью.
25. Фоностилика.
26. Интонационные конструкции и роль в стилистическом оформлении звучащей речи.
27. Стилистические возможности шрифта и цвета.
28. Композиция текста. Заголовочный комплекс
29. Логические основы редактирования текста
30. Закон тождества при редактировании текста
31. Закон достаточного основания при редактировании текста
32. Закон противоречия при редактировании текста
33. Закон исключённого третьего при редактировании текста
34. Основные характеристики текста (целостность, связность, закреплённость в определенной знаковой системе, информативность).
35. Обработка таблиц
36. Коммуникативные особенности процесса редактирования ПР-текста
37. Методика редакторского анализа и правки текста
38. Анализ структуры рекламного и ПР-текста
39. Работа редактора над заголовком текста
40. Виды редакторской правки
41. Оценка композиции, языка и стиля рекламных и ПР-текстов
42. Информативность как важнейшая характеристика текста (ключевая, уточняющая, дополнительная, повторная, нулевая информация).

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Критерии оценивания результатов обучения

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине используется **традиционная** система контроля и оценки успеваемости студентов.

Промежуточная проверка (выходной контроль) проводится в виде экзамена, основным методом его проведения выступает устный опрос и выполнение практического задания (редактирование предложенного текста).

Успешно усвоившим учебный материал по дисциплине считается студент, посетивший все лекционные и практические занятия, активно и успешно работавший на практических занятиях, написавший на «4»/«5» контрольную работу и тест. В этом случае студент допускается к экзамену.

Если студент пропускал занятия, он обязан в указанные преподавателем сроки ликвидировать текущие задолженности. Предполагаются следующие формы отработки: написание реферата по теме пропущенного занятия и ответ на вопросы по реферату, выполнение тестовых заданий, индивидуальная беседа с преподавателем, выполнение редакторской правки текста. Форма отработки назначается преподавателем в зависимости от объема и сложности пропущенного материала.

Критерии оценивания результатов обучения

Таблица 7

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку « отлично » заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку « хорошо » заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку « удовлетворительно » заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку « неудовлетворительно » заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Доброзракова, Г. А. Стилистика и литературное редактирование текстов : учебное пособие / Г. А. Доброзракова. — Самара : ПГУТИ, 2022 — Часть I : Функциональная стилистика — 2022. — 128 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/411581>
2. Гнездилова, Е.В. Современная пресс-служба: учебное пособие / Е.В.

Гнездилова, М.: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2018. – 124 с. — Текст: электронный // ЭБС РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. — <http://elib.timacad.ru/dl/local/umo236.pdf>

3. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544084>

4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16844-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531879>

5. Шляхова, С. С. Стилистика и литературное редактирование : учебное пособие / С. С. Шляхова. — Пермь : ПНИПУ, 2008. — 200 с. — ISBN 978-5-88151-766-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/161197>

7.2. Дополнительная литература

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433656>

2. Ротенко, Л.А. Культура устной деловой коммуникации: учебное пособие / Л.А. Ротенко. — М.: РГАУ-МСХА, 2016. — Текст: электронный // ЭБС РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. — URL: <http://elib.timacad.ru/dl/local/406.pdf>

3. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545354>

4. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555976>

3.1 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

1. Комплект наглядных материалов, видеофильмов.
2. Комплекты тестов и контрольной работы по указанным в программе разделам.
3. Комплект слайд-фильмов и видеофильмов.

4. Методические указания по написанию курсового проекта.

3.2 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (открытый доступ)

<http://freelance.ru>

<http://weblancer.ru>

<http://www.freelancejob.ru>

<http://netlancer.ru>

<http://www.all-freelance.ru>

1. 9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- аудиторный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева: специализированные аудитории, оснащенные спецоборудованием для проведения лекционных занятий (средства мультимедиа) и для проведения практических занятий (средства мультимедиа или компьютерные классы с доступом к сети Интернет, информационным базам данных для решения задач, тестирования и анализа правовых норм);

- библиотечный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева (учебная, научная, монографическая литература, сборники судебной практики, юридическая периодика).

Таблица 7

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

№ учебно-го корпуса (адрес*)	№ помещения	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
№ 1 (ул. Лиственная аллея, 4а)	1 к., 508 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение	CelD-1800/512/80/DVD-ин.№ 558788/200 Доска белая ин.№ 558762/2 Мультимедийный проектор BENQ MW526E ин.№ 210138000003859 Крепление для проектора ин.№ 558769/1 Экран с электроприводом ин.№ 558771 Композиция стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76- 6 шт. ин.№ 594115 - 594120 Парты + скамейки (Комплект

		для самостоятельной работы	Медалист)-15 шт. ин.№ 593972-593984
№ 1 (ул. Лиственничная аллея, 4а)	1 к., 506 а.	учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	Стол аудиторный ин.№ 558588 5 шт. Стул ученический ин.№ 558591 36 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин. № 558590 1 шт.
№ 1 (ул. Лиственничная аллея, 4а)	1 к., 507 а.	учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации	Стол письменный ин. № 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт. Стол для преподавателя ин.№ 558592/2 Стул ИЗО ин. № 558590 5 шт.
Лиственничная аллея, 2, кор.1		Центральная научная библиотека им. Н.И. Железнова. Читальные залы	9 читальных залов (5 компьютеризированных), организованных по принципу открытого доступа и оснащенных WiFi, Интернет-доступом
Лиственничная аллея, 2Б		Общежитие № 8	Комната для самоподготовки

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Учебный процесс по изучению дисциплины «Редактирование рекламных и PR-текстов» представляет собой лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов. На лекционных занятиях рассматривается материал по основным темам дисциплины: «Основные понятия и аспекты стилистики. Функциональные стили современного русского литературного языка. Выразительные средства стилистики. Стилистические возможности разных языковых уровней. Текст как объект литературного редактирования. Логические основания редактирования. Основы редактирования рекламных и PR-текстов. Жанрово-стилистическая трансформация рекламных и PR-текстов».

На практических занятиях бакалавры выполняют тренировочные упражнения, редактируют предложения, работают с текстами статей, осуществляют анализ рекламных аудио- и печатных текстов, композиции текста, тренируются подбирать по 10 вариантов заголовков каждого текста, составляют и редактируют таблицы.

Наиболее сложным для усвоения является тема «Логические основания редактирования», в котором рассматриваются основные законы логического мышления. Бакалавр обязан знать теоретический материал (лекционный и данный в учебной литературе), должен выполнить ряд тренировочных упражнений, способствующих приобретению навыков нахождения ошибок, причиной которых является нарушение законов логики, и устранения их.

Тема «Выразительные средства стилистики» включает теоретический материал, позволяющий изучить основные тропы и фигуры, научиться использовать их эффективно в текстах разных жанров и стилей.

В разделе «Стилистические возможности разных языковых уровней» трудности вызывает тема «Стилистические возможности грамматики и синтаксиса»: бакалавры часто затрудняются предложить правильный вариант отредактированного текста.

Материал раздела «Текст как объект литературного редактирования» требует от бакалавров знания основных характеристик текста, структуры текста, видов фактического материала, норм пунктуационного оформления цитат, правил статистической обработки информации, видов таблиц.

При изучении разделов и тем учебной дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» важно правильно организовать самостоятельную работу: перед выполнением практических заданий следует сначала проработать лекционный материал, затем изучить материал учебника и учебного пособия, после этого ознакомиться с методическими рекомендациями по темам курса и только затем приступить к выполнению письменных или устных практических заданий.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия, обязан выполнить практическое задание по соответствующей теме в письменном виде и сдать на проверку преподавателю.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

Учебная дисциплина «Редактирование рекламных и PR-текстов» состоит из двух взаимосвязанных разделов: 1. «Основные понятия стилистики. Функциональные стили современного русского литературного языка»; 2. «Основы редактирования рекламных и PR-текстов».

В процессе преподавания учебной дисциплины основными задачами преподавателя являются следующие: 1) раскрыть содержание каждого раздела

(каждой входящей в него темы); 2) показать логическую взаимосвязь материала разделов так, чтобы учебная дисциплина открылась студентам как научная система; 3) помочь бакалаврам овладеть учебным материалом; 4) привить навыки и умения по изучаемой дисциплине.

При изучении тем «Основные понятия стилистики. Функциональные стили современного русского литературного языка» и «Выразительные средства стилистики»; целесообразно использовать проблемно-поисковые методы ведения лекционных занятий: проблемные лекции, лекции с элементами эвристической беседы (наряду с обзорными, информационными лекциями). Проведение практических занятий можно организовать в форме традиционного комбинированного занятия, в форме семинара, беседы, дискуссии в зависимости от дидактических целей.

При изучении тем «Стилистические возможности разных языковых уровней» и «Текст как объект литературного редактирования» следует отдать предпочтение информационно-развивающим методам: текущим лекциям, информационным лекциям, рассказу, объяснению, т. к. материал этих тем является новым для студентов первого курса.

При изучении темы «Основы редактирования рекламных и PR-текстов» целесообразно проведение информационных лекций. Практические занятия целесообразно организовать в форме творческих лабораторий, ролевых игр.

Для самостоятельной работы бакалавров предусмотрены вопросы для самостоятельного изучения с последующим обсуждением на практических занятиях, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов для самостоятельного изучения целесообразно предложить бакалаврам в начале семестра, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки. На практическом занятии, организованном в форме учебной конференции, необходимо заслушивание и обсуждение этих тем.

При всем разнообразии методов и организационных форм обучения преподаватель должен использовать различные формы контроля знаний, которые позволяют оценить методы преподавания, увидеть их сильные и слабые стороны, выбрать оптимальные варианты обучающей деятельности.

Программу разработали:

Синицына М.В., к. филол. наук, преподаватель кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины Б1.В.18.02 «Редактирование рекламных и ПР-текстов» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации» (квалификация выпускника – бакалавр)

Зайцевым Алексеем Анатольевичем, заведующим кафедрой иностранных и русского языков ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева, к.филол.н., доц. (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Редактирование рекламных и ПР-текстов» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации», разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева» на кафедре связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма (разработчик – Сеницына М.В., к. филол. н., преп. кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма).

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Предъявленная рабочая программа дисциплины «Редактирование рекламных и ПР-текстов» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации».

1. Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.
2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к части обязательных дисциплин учебного цикла – Б1.О.

Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации».

3. В соответствии с Программой за дисциплиной Б1.В.18.02 «Редактирование рекламных и ПР-текстов» закреплены 3 компетенции (10 индикаторов). Дисциплина «Редактирование рекламных и ПР-текстов» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.
4. **Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

Общая трудоёмкость дисциплины «Редактирование рекламных и ПР-текстов» составляет 3 зачётные единицы (108 часов). Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Редактирование рекламных и ПР-текстов» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакommunikации» и

возможность дублирования в содержании отсутствует.

5. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.
6. Программа дисциплины «Редактирование рекламных и ПР-текстов» предполагает 2 занятия в интерактивной форме.
Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакоммуникации».
7. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выполнение упражнений, участие в дискуссиях, в тестировании, работа над домашним заданием соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.
Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины обязательной части учебного цикла – Б1.О ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакоммуникации».
8. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.
9. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 4 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 6 наименований соответствует требованиям ФГОС направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Редактирование рекламных и ПР-текстов» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.
11. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Редактирование рекламных и ПР-текстов».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Редактирование рекламных и ПР-текстов» ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность: «Реклама и медиакоммуникации» (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная преподавателем кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма Синицыной М.В. соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её

реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.


Рецензент:

Зайцев А.А., и.о. заведующего кафедрой

иностранных и русского языков

ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева,

к.филол.н., доцент.



«18» 08 2025 г.