

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Стилистика и литературное редактирование
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 144 (4)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4); учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7); разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКО-2).

Задачи дисциплины:

формирование знаний:

- инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.): основные семантические и структурные характеристики текста;
- технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.): стилистические возможности единиц разных языковых уровней;
- процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных дан-ных: основы литературного редактирования;

формирование умений:

- применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых ауди-торий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты: анализировать и создавать тексты разных функциональных стилей и жанров устной и письменной речи;
- разрабатывать контент, визуализацию; определять основные стилистические приемы на всех языковых уровнях, способствующих эффективности текста;
- применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: редактирование текстов;

формирование навыков:

- копирайтинга, создания текстов с использованием различных стилистических приемов;
- оценки эффективности коммуникационных продуктов: литературного редактирования;
- применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и инте-ресов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: основных методов и приемов литературного редактирования тек-ста;
- создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом прогно-зирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности: основных методов и приемов литературного редактирования тек-ста.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Понятие «стиль», система стилей современного русского языка.
- Стилистические возможности единиц разных языковых уровней.
- Текст как объект стилистики и основные языковые и стилистические проблемы текстов, функциони-рующих в сфере рекламы и PR.
- Литературное редактирование; его цели и задачи.

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения курсов «Учебно-исследовательская работа», «Введение в специальность», «Психология», «Планирование и реализация рекламных кампаний», «Теория и практика связей с общественностью» основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Связи с общественностью и реклама, участвующих в формировании соответствующих компетенций.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-4	ИД-1ОПК-4	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> • инструменты маркетинго-вых коммуникаций (рек-лама, BTL, digital и пр.): основные семантические и структурные характеристики текста; • технологии работы с кон-тентом (определение це-лей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.): стилистические возможности единиц разных языковых уровней; • процедуры, методики ка-чественного и количест-венного анализа социоло-гических, медийных и иных данных: основы литературного редактирования 	<p>Знает методы исследования потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>	Экзамен

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-4	ИД-2ОПК-4	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты: анализировать и создавать тексты разных функциональных стилей и жанров устной и письменной речи; • разрабатывать контент, визуализацию; определять основные стилистические приемы на всех языковых уровнях, способствующих эффективности текста; • применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: редактирование текстов; 	<p>Умеет применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>	Контрольная работа
ОПК-4	ИД-3ОПК-4	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> • копирайтинга, создания текстов с использованием различных стилистических приемов; • оценки эффективности коммуникационных продуктов: литературного редактирования; • применения полученных результатов исследования с целью определения 	<p>Владеет навыками применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	Контрольная работа

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: основных методов и приемов литературного редактирования текста;</p> <ul style="list-style-type: none"> • создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности: основных методов и приемов литературного редактирования текста. 		
ОПК-7	ИД-1ОПК-7	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> • инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.): основные семантические и структурные характеристики текста; • технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.): стилистические возможности единиц разных языковых уровней; • процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных: основы литературного редактирования 	<p>Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; профессиональные и этические кодексы специалиста по связям с общественностью и рекламе; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных</p>	Экзамен

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
			продуктов.	
ОПК-7	ИД-2ОПК-7	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты: анализировать и создавать тексты разных функциональных стилей и жанров устной и письменной речи; • разрабатывать контент, визуализацию; определять основные стилистические приемы на всех языковых уровнях, способствующих эффективности текста; • применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: редактирование текстов; 	Умеет применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Контрольная работа
ОПК-7	ИД-3ОПК-7	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> • копирайтинга, создания текстов с использованием различных стилистических приемов; • оценки эффективности коммуникационных продуктов: литературного редактирования; • применения полученных результатов исследования с целью 	Владеет навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности.	Контрольная работа

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>определения потребностей общества и интересов целевых ауди-торий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: основных методов и приемов литературного редактирования текста;</p> <ul style="list-style-type: none"> создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности: основных методов и приемов литературного редактирования текста. 		
ПКО-2	ИД-1ПКО-2	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.): основные семантические и структурные характеристики текста; технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.): стилистические возможности единиц разных языковых уровней; процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных: основы литературного редактирования 	<p>Знает принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; методы медиапланирования; основы бюджетирования; инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов,</p>	Экзамен

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
			копирайтинг и пр.); процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных;	
ПКО-2	ИД-2ПКО-2	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты: анализировать и создавать тексты разных функциональных стилей и жанров устной и письменной речи; • разрабатывать контент, визуализацию; определять основные стилистические приемы на всех языковых уровнях, способствующих эффективности текста; • применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: редактирование текстов; 	<p>Умеет проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; продвигать товары (услуги) организации на рынок; проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные); разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию; разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ.</p>	Контрольная работа
ПКО-2	ИД-3ПКО-2	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> • копирайтинга, создания текстов с использованием различных стилистических приемов; • оценки эффективности коммуникационных продуктов: 	<p>Владеет навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;</p>	Контрольная работа

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>литературного редактирования;</p> <ul style="list-style-type: none"> • применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых ауди-торий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: основных методов и приемов литературного редактирования текста; • создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности: основных методов и приемов литературного редактирования текста. 		

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		4	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36	36	
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
4-й семестр				
Модуль 1.	0	0	0	0
ОБЩИЕ ВОПРОСЫ СТИЛИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРНОГО РЕДАКТИРОВАНИЯ				
Тема 1. Предмет и задачи стилистики	2	0	0	2
Предмет и задачи стилистики. Современное состояние стилистики как науки. Проблема определения предмета стилистики. Стиль как предмет стилистики. Стиль, подстиль, жанр. Стиль как комплекс типичных признаков. Объем и понятие термина “стиль”. Стиль как речевой жанр, идиолект, функциональный стиль, экспрессивный стиль, стиль языка, стиль эпохи.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 2. Природа стиливых явлений в языке. Коннотация	2	0	2	2
Коннотативное значение языковых единиц. Эмоциональный компонент коннотации. Оценочный компонент коннотации. Экспрессивный компонент коннотации. Функционально-стилистический компонент. Фоносемантический и мотивационный компонент коннотации. Эмпирический компонент коннотации. Культурный, мировоззренческий, культурно-исторический компонент коннотации				
Тема 3. Коммуникативный и прагматический аспекты стилистики. Коммуникативная ситуация	2	0	2	2
Структура и признаки коммуникативного акта (конситуации): социальный контекст; социокультурные и демографические признаки коммуникативного акта; параязыковые, кинесические, проксемические признаки коммуникативного акта; психофизиологические, волевые, личностные признаки говорящих; окказиональные признаки; конкретная речевая интенция (цель речи); предмет коммуникативного акта; канал связи. Специфика коммуникативного поведения русских				
Тема 4. Нормативный аспект стилистики. Языковая, стиливая и стилистическая нормы. Литературное редактирование	2	0	2	2
Нормативный аспект стилистики. Литературно-языковая и стилистические нормы; их взаимоотношение. Понятие о литературном стандарте. Специфика стилистической нормы. Стиливая и стилистическая нормы. Разграничение речевой ошибки и стилистического приема с единой лингвистической основой. Основы литературного редактирования. Предмет и задачи литературного редактирования. Нормы редакторской этики. Виды и этапы редактирования. Технология редакторского чтения. Виды и задачи правки. Основные правила исправления текста. Общая методика правки текста. Основные критерии оценки стилистических качеств речи (смысловой, функциональный, эстетический).				
Контрольная работа 1. Коннотация	0	0	2	2
Коннотация в рекламе				
Тема 5. Функциональная стилистика	1	0	4	2
Понятие о функциональном стиле. Проблема выделения стилей; проблемы проницаемости, объективной дискретности, бесконечного множества; проблема метода гипостазирования				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
при выделении стилей. Вопрос о составе функциональных стилей русского языка и критериях их классификаций. Система стилей современного литературного языка. Устная и письменная форма функциональных стилей.				
Модуль 2.	0	0	0	0
ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ СТИЛИСТИКА				
Тема 6. Язык научной прозы	0	0	0	4
Язык научной прозы: понятие, функции, разновидности, жанры. Особенности стиля научного изложения. Языковые особенности научного стиля. Особенности стиля научно-популярного изложения. Разновидности (подстили) и жанровая специфика научного стиля. Элементы научного стиля в рекламном тексте. Специфика редактирования научного текста. Два основных типа редакторской правки: упрощение («облегчение») и усложнение («восполнение») конструкции.				
Тема 7. Язык делового общения и официальной переписки	0	0	0	4
Язык делового общения и официальной переписки: понятие, функции, разновидности, жанры. Актуализация деловой речи в современном дискурсе. Особенности официально-делового изложения. Языковые особенности официально-делового стиля. Разновидности (подстили) и жанровая специфика делового стиля. Элементы делового стиля в рекламном и PR-тексте. Специфика редактирования деловых текстов. Делопроизводство. Государственная система документационного обеспечения управления. Единая государственная система делопроизводства.				
Тема 8. Разговорный язык. Язык города	0	0	0	4
Устная разговорная речь (разговорный язык): понятие, функции, разновидности, жанры. Неязыковые стилеобразующие факторы. Языковые особенности разговорного стиля. Особенности произношения. Речевые жанры разговорного стиля. Речевой стереотип. Речевые культуры города. Стилистический эффект использования «чужой» речевой культуры. «Речевая маска» как языковая игра. Субязыки города. Взаимоотношения субязыков города: проблема «переводимости» на литературный язык, иерархия престижности, интеграция. Социолект. Языковая специфика субязыков города. Язык города как «культурологическая лестница». Разговорность в СМК и рекламе. Тенденции демократизации языка				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
и социаль-ная стабильность общества. Следует ли «редактировать» разговорную речь? Специфика нормы в разговорной речи.				
Тема 9. Язык средств массовой коммуникации	0	0	0	4
Язык СМК: понятие, функции, разновидности, жанры. Роль СМК в формировании стилистических вкусов и языковых норм. Язык современных средств массовой информации. Ме-сто публицистического стиля в системе стилей литературного языка. Основные функции публицистического стиля. Разно-видности публицистического стиля и его жанры. Языковые особенности публицистического стиля. Стилистика электрон-ных СМК. Языковая стилистика TV и радио. Специфика об-щения в интернете. Стилистика рекламы. Жанры газетного дискурса в рекламе Языковые и стилистические проблемы современной рекламы.				
Тема 10. Язык художественной литературы	1	0	2	0
Понятие языка словесного искусства. Соотношение нацио-нального языка, литературного языка и языка художественной литературы. Нормы литературного языка и эстетическая нор-ма. Вопрос о месте языка художественной литературы в сис-теме функциональных стилей. Проблема идиостиля				
Контрольная работа 2. Функциональная стилистика	0	0	2	2
Функциональная стилистика в рекламе				
Модуль 3.	0	0	0	0
СТИЛИСТИКА ЯЗЫКОВЫХ РЕСУРСОВ				
Тема 11. Стилистика графики и фонетики	0	0	2	4
Стилистика графики и фонетики Графика. Пунктуация. Орфография. Авторские знаки. Отсут-ствие знаков препинания. Супраграфемные средства. Шрифт. Заглавные буквы. Фигурные стихи, визуальные тексты, кон-кретная поэзия. Графические жанры. Фонетика. Стили произношения. Социальная, территориаль-ная, собственно-стилистическая реализация фонем; фонетиче-ские варианты слова; просодика, онома-топия, звуко-симво-лизм. Ритмика, рифма (паронимическая, омонимическая, тав-тологическая), ассонанс, аллитерация, паронимическая ат-тракция, липограмма, анаграмма, тавтограмма, анжамбман и др. Фоносемантический анализ текстов. Проблема графического решения вербального текста. Виды иллюстраций и редактирование.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Основные графические погрешности и недочеты. Проблема неблагозвучия. Основные фонетические погрешности и недочеты.				
Тема 12. Стилистика лексики и фразеологии	0	0	2	2
Функционально-стилевая и стилистическая характеристика (диалектизмы, жаргонизмы, вульгаризмы, арготизмы, поэтизмы, книжная лексика, термины, канцеляризм, профессионализмы) лексики и фразеологии. Стилистические маркеры активной и пассивной (архаизмы, историзмы) лексики и фразеологии; их социально-функциональное расслоение. Стилистические возможности старославянизмов, иноязычных слов и заимствований, калек, варваризмов. Эвфемизмы. Стилистический конфликт. Макароническая речь. Лексический повтор. Основные стилистические погрешности и недочеты.				
Тема 13. Стилистика семантики	0	0	2	4
Фигуры количества (гипербола, литота, мейозис и др.); фигуры качества (тропы / метонимия, метафора, ирония и др.). Фигуры тождества (сравнения, синонимы-заменители и др.); фигуры неравенства (синонимы-уточнители, градация (нарастание, климакс), разрядка (антиклимакс), каламбур, зевгма и др.); фигуры противоположности (оксюморон, антитеза и др.). Синонимия. Полисемия. Омонимия. Паронимия. Антонимия. Основные стилистические погрешности и недочеты.				
Тема 14. Стилистика синтаксиса	0	0	2	2
Структура предложений и их стилистические возможности а) с отсутствием или недостатком элементов (эллипс, апосиопеза, номинативные и др.); б) с избыточными элементами (пролепса, полисиндетон и др.); в) инверсия. Переосмысление / транспозиция синтаксических структур. Параллелизм, анафора, эпифора, анадиплосис, хиазм, симплока, обрамление и др. Стилистическая характеристика сложных предложений. Основные стилистические погрешности и недочеты.				
Контрольная работа 3. Стилистика языковых ресурсов	0	0	2	2
Тропы и фигуры в рекламе				
Модуль 4.	0	0	0	0
СТИЛИСТИКА ТЕКСТА				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 15. Понятие «текст» в современной лингвистике. Типология текстов	2	0	2	2
Текст как объект исследования. Проблема определения тек-ста. Текст и дискурс. Лингвистический текст и текст культу-ры. Функции текста. Проблема типологии текстов. Креолизо-ванный (поликодовый и полимодальный) текст. Реклама как креолизованный текст.				
Тема 16. Структура текста	2	0	2	2
Семантическая структура текста. Виды текстовой информа-ции. Основные категории текста: цельность и связность. Се-мантическая цельность текста. Средства создания семантиче-ской цельности. Структурно-синтаксическая организация текста. Средства текстовой связи. Понятие композиции. Функционально-смысловые типы (композиционно-речевые формы) текста (повествование, описание, рассуждение); их структура и особенности. Логические основы редактирования: точность, определен-ность, непротиворечивость, обоснованность. Работа над фактическим материалом. Приемы и правила цитирования. Редактирование заголовков. Работа над композицией тек-ста.				
Тема 17. Интерпретация текста	2	0	4	4
Текст как система и структура. Глубинная и поверхностная структуры текста. «Сильные» позиции текста. Смысл и со-держание текста. Причины множественности, но ограничен-ность интерпретаций художественного текста. Амбивалент-ные (неоднозначные) структуры художественного текста. Роль автора и роль читателя в интерпретации текста.				
Контрольная работа 4. Стилистика текста	0	0	2	2
Анализ рекламного и художественного текста				
ИТОГО по 4-му семестру	16	0	36	54
ИТОГО по дисциплине	16	0	36	54

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Природа стилевых явлений в языке. Коннотация
2	Природа стилевых явлений в языке. Коннотация
3	Коммуникативный и прагматический аспекты стилистики. Коммуникативная ситуация

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
4	Нормативный аспект стилистики. Языковая, стилевая и стилистическая нормы. Литературное редактирование
5	Контрольная работа 1. Коннотация
6	Функциональная стилистика
7	Язык художественной литературы
8	Контрольная работа 2. Функциональная стилистика
9	Графика и фонетика
10	Лексика и фразеология
11	Семантика
12	Синтаксис
13	Контрольная работа 3. Стилистика языковых ресурсов
14	Понятие «текст» в современной лингвистике. Типология текстов
15	Структура текста
16	Интерпретация текста. Анализ художественного текста
17	Интерпретация текста. Анализ и редактирование рекламного текста.
18	Контрольная работа 4. Стилистика текста

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Дускаева Л. Р. Стилистика официально-деловой речи : учебное пособие для вузов / Л. Р. Дускаева, О. В. Протопопова. - Москва: Академия, 2011.	98
2	Шляхова С. С. Стилистика и литературное редактирование : конспект лекций / С. С. Шляхова. - Пермь: Изд-во ПГТУ, 2008.	20
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Голуб И. Б. Стилистика русского языка : учебное пособие для вузов / И. Б. Голуб. - Москва: Айрис-Пресс, 2010.	6
2	Горшков А.И. Русская стилистика. Стилистика текста и функциональная стилистика : учебник для вузов / А.И. Горшков. - М.: АСТ, Астрель, 2006.	1
3	Солганик Г. Я. Практическая стилистика русского языка : учебное пособие для вузов / Г. Я. Солганик. - М.: Академия, 2008.	4
4	Солганик Г.Я. Стилистика текста : Учеб. пособие / Г.Я.Солганик. - М.: Флинта, 2003.	11
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	А. В. Осиянова Интерпретация художественного текста (практикум) : Учебное пособие / А. В. Осиянова, О. А. Хрущева. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87662	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	А.Г. Кротова Стили-стика русского языка в заданиях и упраж-нениях : учебное пособие / А.Г. Крото-ва. - Новосибирск: Новосибирский госу-дарственный техни-ческий университет, 2014.	http://elib.pstu.ru/Record/RUBC79585	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Л. В. Самокрутова Русский язык. Стилистика устной речи : Учебное пособие / Л. В. Самокрутова, О. В. Сорока. - Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks88813	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Рахманин Л. В. Сти-листика деловой речи и редактирование служебных докумен-тов : учебное пособие / Л. В. Рахманин. - М.: Высш. шк., 1982.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks134201	локальная сеть; авторизованный доступ
Основная литература	Маркова Ю. В. Корректурa. Курс лекций / Маркова Ю. В. - Санкт-Петербург: Лань, 2017.	http://elib.pstu.ru/Record/lan94753	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Шляхова С.С. Стили-стика и литературное редактирование. Конспект лекций. Пермь : Изд-во ПГТУ, 2008	http://elib.pstu.ru/docview/?fDocumentId=3843	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF

Вид ПО	Наименование ПО
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://www.diss.rsl.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	компьютер	1
Лекция	проектор	1
Лекция	экран	1
Практическое занятие	компьютер	1
Практическое занятие	проектор	1
Практическое занятие	экран	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Стилистика и литературное редактирование»
Приложение к рабочей программе дисциплины**

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Связи с общественностью и реклама
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Иностранные языки и связи с общественностью
Форма обучения:	Очная
Курс: 2	Семестр: 4
Трудоёмкость:	
Кредитов по рабочему учебному плану:	4 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану:	144 ч.
Форма промежуточной аттестации:	
Экзамен:	4 семестр

Пермь 2022

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (4 семестра учебного плана) и разбито на 17 тем (4 учебных модуля). В каждой теме (каждом модуле) предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также контрольные и самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по контрольным работам и экзамена. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Экзамен
Усвоенные знания						
3.1. инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.): основные семантические и структурные характеристики текста		ТО		КР		ТВ
3.2. технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.): стилистические возможности единиц разных языковых уровней		ТО		КР		ТВ
3.3. процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных: основы литературного редактирования		ТО		КР		ТВ
Освоенные умения						
У.1. применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты: анализировать и создавать тексты разных функциональных стилей и жанров устной и письменной речи				ПЗ/КР		ПЗ
У.2. разрабатывать контент, визуализацию;				ПЗ/КР		ПЗ

определять основные стилистические приемы на всех языковых уровнях, способствующих эффективности текста						
У.3. применять технологии и основные методы оценки эффективности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: редактирование текстов				ПЗ/КР		ПЗ
Приобретенные владения						
В.1. копирайтинга, создания текстов с использованием различных стилистических приемов				ПЗ/КР		ПЗ
В.2. оценки эффективности коммуникационных продуктов: литературного редактирования				ПЗ/КР		ПЗ
В.3. применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов: основных методов и приемов литературного редактирования текста				ПЗ/КР		ПЗ
В.4. создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в медиасфере и принципов социальной ответственности: основных методов и приемов литературного редактирования текста				ПЗ/КР		ПЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде экзамена, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме рубежных контрольных работ (после изучения каждого модуля учебной дисциплины).

2.2.1. Защита лабораторных работ

Не предусмотрено.

2.2.2. Рубежная контрольная работа

Согласно РПД запланировано 4 рубежные контрольные работы (КР) после освоения студентами учебных модулей дисциплины. Каждый студент получает индивидуальное задание для решения КР (варианты). Контрольная работа 1.

Коннотация; Контрольная работа 2. Функциональная стилистика; Контрольная работа 3. Стилистика языковых ресурсов; Контрольная работа 4. Стилистика текста

Типовые задания:

Контрольная работа 1. Коннотация

1. В предложенных рекламных текстах (модулях) определите коннотативно маркированные единицы (назовите конкретный компонент коннотации). Объясните причины появления тех или иных видов коннотации и ее уместность в данном рекламном тексте. Определите целевую аудиторию данного текста.

2. Для предложенного продукта / услуги создайте рекламные слоганы, используя языковые единицы с различными видами коннотации, целесообразные для данного вида продукта / услуги (укажите конкретный компонент коннотации).

3. Для предложенного продукта / услуги создайте рекламные слоганы, используя языковые единицы с различными видами коннотации, целесообразные для следующей целевой аудитории: маленькие дети, подростки, студенты, люди среднего возраста, пожилые люди, женщины, мужчины.

4. На основе анализа реальных текстов (интервью) определите социокультурные, демографические, психофизиологические, личностные признаки говорящего. Какую роль в выполнении этих задач играет коннотация?

Контрольная работа 2. Функциональная стилистика

1. Подберите рекламные тексты, которые содержат черты всех известных вам функциональных стилей русского языка (на каждый функциональный стиль). Укажите лингвистические черты функционального стиля в данном рекламном тексте.

2. Для предложенного продукта / услуги создайте рекламные слоганы, используя элементы всех известных вам функциональных стилей русского языка.

Контрольная работа 3. Стилистика языковых ресурсов

1. В предложенных рекламных текстах (модулях) найдите графические приемы. Укажите стилистически оправданное и неудачное использование графических средств по отношению к вербальному тексту.

2. В предложенных рекламных текстах (модулях) найдите фонетические приемы. Укажите стилистически оправданное и неудачное использование фонетических средств. Отметьте неблагозвучие в предлагаемом тексте.

3. В предложенных рекламных текстах (модулях) найдите лексико-семантические приемы. Укажите стилистически оправданное и неудачное использование лексико-семантических средств. Предложите варианты редактирования текста

4. В предложенных рекламных текстах (модулях) найдите синтаксические приемы. Укажите стилистически оправданное и неудачное использование синтаксических средств. Предложите варианты редактирования текста

Контрольная работа 4. Стилистика текста

1. В предложенных рекламных текстах (модулях) определите характер цельности и связности. При необходимости отредактируйте текст.

2. В предложенных рекламных текстах (модулях) определите сильные позиции текста.

3. Произведите стилистический анализ поэтического текста. Установите, как стилистические приемы связаны со смысловым содержанием текста.

Типовые шкала и критерии оценки результатов рубежной контрольной работы приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.2.3. Защита решения кейс-задачи (индивидуального задания)

Не предусмотрено

2.2.4. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения) как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту (Контрольная работа 4. Стилистика текста).

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех контрольных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

Промежуточная аттестация, согласно РПД, проводится в виде экзамена по дисциплине устно по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций. Форма билета представлена в общей части ФОС образовательной программы.

2.3.1. Типовые вопросы и задания для экзамена по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Природа стилевых явлений в языке. Понятие «стиль»
2. Коннотация
3. Коммуникативный и прагматический аспекты стилистики.

Коммуникативная ситуация

4. Нормативный аспект стилистики. Языковая, стилевая и стилистическая нормы.

5. Литературное редактирование
6. Понятие «функциональный стиль»
7. Стилистические возможности графики
8. Стилистические возможности фонетики
9. Стилистические возможности лексики и фразеологии
10. Стилистические возможности семантики
11. Стилистические возможности синтаксиса
12. Понятие «текст» в современной лингвистике. Основные категории текста.

Типология текстов

13. Информационная и семантическая структура текста

14. Текст как система и структура.

15. Интертекстуальность. «Чужое слово» в тексте: стилизация, сказ, пародия

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. Проанализируйте графическую стилистику в рекламных текстах, буклетах, объявлениях. Найдите графические приемы.
2. Определите фонетические стилистические приемы в рекламных текстах.
3. Определите лексико-фразеологические стилистические приемы в рекламных текстах.
4. Определите семантические стилистические приемы в рекламных текстах.
5. Определите синтаксические стилистические приемы в рекламных текстах.
6. В рекламном тексте определите характер цельности и связности. При необходимости отредактируйте текст.

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Произведите стилистический анализ предложенного текста.

Перечень типовых ситуационных заданий и кейсов для проверки умений и владений представлен в приложении 2. *Полный перечень теоретических вопросов и практических заданий в форме утвержденного комплекта экзаменационных билетов хранится на выпускающей кафедре.*

2.3.2. Шкалы оценивания результатов обучения на экзамене

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче экзамена для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля на экзамене считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Типовые критерии и шкалы оценивания уровня сформированности компонентов компетенций приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3.2. Оценка уровня сформированности компетенций

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля

заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде экзамена используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.

Приложение 1

Пример типовой формы экзаменационного билета

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «Пермский национальный
исследовательский политехнический
университет» (ПНИПУ)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Связи с общественностью и реклама»
Кафедра «Иностранные языки и связи с
общественностью»

Дисциплина
«Стилистика и литературное редактирование»

БИЛЕТ № 12

1. Понятие “стиль” в современной лингвистике. Стиль в PR-текстах. **Теоретический вопрос** (*знать*)
2. Произведите лингвостилистический анализ текста. **Практическое задание** (*уметь*)

Медлительной чредой нисходит день осенний,
Медлительно крутится желтый лист,
И день прозрачно свеж, и воздух дивно чист –
Душа не избежит невидимого тленья.
Так, каждый день стареется она,
И каждый год, как желтый лист кружится,
Все кажется, и помнится, и мнится,
Что осень прошлых лет была не так грустна.

А. Блок.

3. Определите стилистические погрешности и недочеты. Отредактируйте текст, выбрав необходимый вид правки. **Комплексное задание** (*владеть*)



21 **РУССКИЙ МЕХ**
с 1932 года

**С нами зимняя стужа
становиться удовольствием!**

Уважаемые жители!
Производитель мужских, женских и детских меховых изделий
ОАО «Русский мех», приглашает посетить наш фирменный
салон-магазин расположенный по адресу: ул. Докукина, д.10.
Тел.: (499) 187-88-88 и (499) 181-18-09, www.rusmeh.ru

**ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ ДАННОГО
КУПОНА ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ СКИДКА*.**

** Скидка распространяется только на изделия, произведенные фабрикой «Русский мех» и действительна до 31.01.2010. Спецпредложение не относится к ценному товару и действительным спецпредложениям.*

Заведующий кафедрой ИЯСО _____ С.С. Шляхова

« _____ » _____ 20 ____ г.