

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о документе
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.04.2024 16:36:00
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН
Бессов М.Л. Белоножко

« 10 » 06 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Дискурс-анализ текстов в коммуникациях

направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Рекламный медиа-бизнес

форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 22.04.2019г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: Рекламный медиа-бизнес к результатам освоения дисциплины Дискурс-анализ текстов в коммуникациях

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 13 от «07» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:

Е.О. Аквазба, доцент кафедры МиМУ, к.ф.н, доцент



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся представление о дискурс-анализе текстов в коммуникациях, о специфике рекламных текстов в коммуникационной сфере.

Основными задачами изучения курса являются:

- формирование представления о роли публицистических текстов в системе современных коммуникаций,
- изучение стилистических и жанровых особенностей публицистических текстов;
- формирование навыков дискурс-анализа текстов в сфере рекламы и связей с общественностью;
- повышение речевой культуры, развитие навыков копирайтинга.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Дискурс-анализ текстов в коммуникациях» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Теория массовых коммуникаций»; «Рекламы и связи с общественностью в различных отраслях», «Методология и методы исследований прикладных коммуникаций».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

1. Понятийного аппарата, описывающего дискурс-анализ текстов как интерпритационный метод.
2. Методики, законы, принципы создания текстов и подачи информации.
3. Нормы русского литературного языка.

Умения:

1. Анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие правилам их создания, выделять главное в тексте, выстраивать информацию по мере убывания важности.
2. Анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие целям их создания.

Владение:

1. Способностью проводить анализ рекламных и ПР-текстов на соответствие их требованиям орфографической и пунктуационной грамотности, нормам устной и письменной речи, профессиональной терминологии и целям, ситуации на рынке продукции СМИ.

Содержание дисциплины «Дискурс-анализ текстов в коммуникациях» служит основой для освоения дисциплин: «Медиатехнологии в современных коммуникациях».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПКС-6 - способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать ПКС-6 3.6.1. Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Знает: Понятийный аппарат, описывающий дискурс-анализ текстов как интерпритационный метод; Методики, законы, принципы создания текстов и подачи информации;

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
		Нормы русского литературного языка законодательные акты, нормативы рекламной деятельности. (ПКС-6 З.6.1)
	Уметь ПКС-6 У.6.1. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	Умеет: Анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие правилам их создания, выделять главное в тексте, выстраивать информацию по мере убывания важности; Анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие целям их создания (ПКС-6 У.6.1)
	Владеть ПКС-6 В.6.1. Владеет навыком осуществления поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	Владеет: способностью проводить анализ рекламных и ПР-текстов на соответствие их требованиям орфографической и пунктуационной грамотности, нормам устной и письменной речи, профессиональной терминологии и целям, ситуации на рынке продукции СМИ (ПКС-6 В.6.1)

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	2/4	18	18	-	72	зачет

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Дискурс-анализ текстов в коммуникациях	4	2	-	18	24	ПКС-6.3.6.1 ПКС-6.3.6.2 ПКС-6.3.6.3	Круглый стол
2	2	Рекламный текст как коммуникативная единица	4	4	-	18	26	ПКС-6.3.6.1 ПКС-6.3.6.2 ПКС-6.3.6.3 ПКС-6.У.6.1 ПКС-6.У.6.2	Дискуссия Презентация
	3	Семантический анализ рекламного текста	4	4		18	26	ПКС-6.У.6.1 ПКС-6.У.6.2 ПКС-7.В.6.1	Дискуссия Презентация Круглый

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									стол
3	4	Текст в структуре коммуникативной ситуации	6	8	-	18	32	<i>ПКС-6.У.6.1</i> <i>ПКС-6.У.6.2</i> <i>ПКС-7.В.6.1</i>	Презентация Дискуссия Презентация Круглый стол
5	Зачет								Вопросы для зачета
Итого:			18	18	-	72	108		

Заочная форма обучения (ЗФО)

Не реализуется.

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Дискурс-анализ текстов в коммуникациях».

Дискурс-анализ текстов как область научного знания. Дискурсивный анализ. Методы анализа дискурса. Система функциональных стилей русского языка. Стилеобразующие факторы публицистического стиля: экстралингвистические, собственно лингвистические.

Специфика публицистического стиля. Характерные языковые особенности на всех уровнях языка. Жанры. Язык СМИ.

Раздел 2. «Рекламный текст как коммуникативная единица»

Коммуникативная модель передачи информации в рекламе. Соотношение понятий текст, рекламный текст, дискурс и рекламный дискурс. Содержательная структура рекламного текста. Свойства рекламного текста. Коммуникативные типы рекламного текста.

Формальные признаки рекламного текста.

Раздел 3. «Семантический анализ рекламного текста».

Подходы к изучению рекламного текста. Синестезия. Языковая игра в рекламе. Способы выражения оценки в рекламном тексте. Взаимодействие вербального и визуального компонентов рекламного текста. Структура вербального компонента рекламного текста. Невербальные компоненты рекламного текста.

Связность и цельность как предмет теории текста. Способы выражения цельности и связности текста. Законы связного текста (закон связности, закон антагонизма между линейной организацией текста и его гиперсинтаксической и смысловой структурой, закон повторяемости смысла, закон сокращения (экономии), закон избыточности).

Текст как совокупность текстовых категорий. Специфика текстовых категорий в публицистическом стиле. Тематическая цепочка. Логическая цепочка. Категория тональности. Категория оценочности. Категория темпоральности. Категория локальности. Композиция текста.

Алгоритм комплексного лингвистического анализа текста.

Раздел 4. «Текст в структуре коммуникативной ситуации».

Текст как лингвистическая категория. Понятие о тексте. Признаки текста как лингвистической единицы. Критерии текстуальности. Медиатекст.

Понятие дискурса. Историческая многозначность термина дискурс. Современное понимание терминов текст и дискурс. Понятийный аппарат лингвистики дискурса. Публичный дискурс.

Речевые интенции. Речевой акт и речевой жанр. Функции текста и речевые интенции адресанта. Терминологический аппарат: речевой акт, перформатив. Типология иллокутивных целей (речевых интенций). Речевой жанр.

Коммуникативная структура текста. Понятие темы и ремы. Элементарные тема-ремые структуры в тексте. Теория рематических доминант. Речевая (текстовая) тактика и стратегия.

Дискурс-анализ текста: практический аспект.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	-	-	Дискурс-анализ текстов как область научного знания
2	1	2	-	-	Специфика публицистического стиля.
3	2	2	-	-	Рекламный текст как коммуникативная единица
4	2	2	-	-	Формальные признаки рекламного текста
5	3	2	-	-	Семантический анализ в рекламной сфере
6	3	2	-	-	Текст как лингвистическая категория.
7	4	2	-	-	Речевые интенции
8	4	2	-	-	Коммуникативная структура текста
9	4	2	-	-	Дискурс-анализ текста: практический аспект.
Итого:		18	X	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	-	-	Дискурс-анализ текстов как область научного знания
2	2	2	-	-	Рекламный текст как коммуникативная единица
3	2	2	-	-	Формальные признаки рекламного текста
4	3	4	-	-	Семантический анализ в рекламной сфере
5	4	2	-	-	Текст как лингвистическая категория.
6	4	2	-	-	Речевые интенции
7	4	4	-	-	Коммуникативная структура текста
Итого:		18	X	X	

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	18	-	-	Дискурс-анализ текстов как область научного знания	Подготовка к круглому столу
2	2	9	-	-	Рекламный текст как коммуникативная единица	Подготовка к дискуссии Подготовка презентации
3	2	9	-	-	Формальные признаки рекламного текста	Подготовка к дискуссии Подготовка презентации
4	3	18	-	-	Семантический анализ в рекламной сфере	Подготовка к дискуссии Подготовка презентации Подготовка к круглому столу
5	4	6	-	-	Текст как лингвистическая категория.	Подготовка презентации
6	4	6	-	-	Речевые интенции	Подготовка к дискуссии
7	4	6	-	-	Коммуникативная структура текста	Подготовка презентации Подготовка к круглому столу
Итого:		72	X	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- круглый стол;
- дискуссия.

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Дискурс-анализ текстов как область научного знания. Круглый стол.	10
1.2	Рекламный текст как коммуникативная единица. Дискуссия.	10
1.3	Рекламный текст как коммуникативная единица. Презентация.	10
1.4	Формальные признаки рекламного текста. Дискуссия.	10

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1.5	Семантический анализ в рекламной сфере. Презентация.	10
1.6	Семантический анализ в рекламной сфере. Круглый стол.	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	60
2 текущая аттестация		
2.1	Текст как лингвистическая категория. Презентация.	10
2.2	Речевые интенции. Дискуссия.	10
2.3	Коммуникативная структура текста. Презентация.	10
2.4	Коммуникативная структура текста. Круглый стол.	10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Проспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся выполняют практические задания в рамках изучаемой темы: принимают участие в дискуссии, демонстрируют тематические презентации,

участвуют в деловой игре. Также возможен устный и письменный опросы обучающихся по пройденному материалу.

Для эффективной работы обучающиеся должны иметь на практическом занятии конспекты лекций.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Дискурс-анализ текста в коммуникациях

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Рекламный медиа-бизнес

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-6	Знать: понятийный аппарат, описывающий дискурс-анализ текстов как интерпритационный метод; (3.6.1)	Не воспроизводит знание понятийного аппарата, описывающего дискурс-анализ текстов как интерпритационный метод;	Частично воспроизводит знание понятийного аппарата, описывающего дискурс-анализ текстов как интерпритационный метод;	Воспроизводит необходимые знания понятийного аппарата, описывающего дискурс-анализ текстов как интерпритационный метод;	Демонстрирует систематизированные знания понятийного аппарата, описывающего дискурс-анализ текстов как интерпритационный метод;
	Знать: методики, законы, принципы создания текстов и подачи информации (3.7.2)	Не воспроизводит знание методик, законов, принципов создания текстов и подачи информации	Частично воспроизводит знание методик, законов, принципов создания текстов и подачи информации	Воспроизводит необходимые знания методик, законов, принципов создания текстов и подачи информации	Демонстрирует систематизированные знания методик, законов, принципов создания текстов и подачи информации
	Знать: нормы русского литературного языка законодательные акты, нормативы рекламной деятельности (3.7.3)	Не воспроизводит знание норм русского литературного языка законодательных актов, нормативов рекламной деятельности.	Частично воспроизводит знание норм русского литературного языка законодательных актов, нормативов рекламной деятельности.	Воспроизводит необходимые знания норм русского литературного языка законодательных актов, нормативов рекламной деятельности.	Демонстрирует систематизированные знания норм русского литературного языка законодательных актов, нормативов рекламной деятельности.

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	Уметь: анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие правилам их создания, выделять главное в тексте, выстраивать информацию по мере убывания важности; (У.7.1)	Не способен анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие правилам их создания, выделять главное в тексте, выстраивать информацию по мере убывания важности;	Способен в отдельных случаях анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие правилам их создания, выделять главное в тексте, выстраивать информацию по мере убывания важности;	В большинстве случаев способен анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие правилам их создания, выделять главное в тексте, выстраивать информацию по мере убывания важности;	Способен анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие правилам их создания, выделять главное в тексте, выстраивать информацию по мере убывания важности;
	Уметь: анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие целям их создания (У.7.2)	Не способен анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие целям их создания	Способен в отдельных случаях анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие целям их создания	В большинстве случаев способен анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие целям их создания	Способен на практике анализировать рекламные и ПР-тексты на соответствие целям их создания
	Владеть: способностью проводить анализ рекламных и ПР-текстов на соответствие их требованиям орфографической и пунктуационной грамотности, нормам устной и письменной речи, профессиональной терминологии и целям, ситуации на рынке продукции СМИ (В.7.1)	Не обладает способностью проводить анализ рекламных и ПР-текстов на соответствие их требованиям орфографической и пунктуационной грамотности, нормам устной и письменной речи, профессиональной терминологии и целям, ситуации на рынке продукции СМИ	Частично обладает способностью проводить анализ рекламных и ПР-текстов на соответствие их требованиям орфографической и пунктуационной грамотности, нормам устной и письменной речи, профессиональной терминологии и целям, ситуации на рынке продукции СМИ	Обладает преимущественно способностью проводить анализ рекламных и ПР-текстов на соответствие их требованиям орфографической и пунктуационной грамотности, нормам устной и письменной речи, профессиональной терминологии и целям, ситуации на рынке продукции СМИ	Обладает способностью проводить анализ рекламных и ПР-текстов на соответствие их требованиям орфографической и пунктуационной грамотности, нормам устной и письменной речи, профессиональной терминологии и целям, ситуации на рынке продукции СМИ

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Дискурс-анализ текста в коммуникациях

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Рекламный медиа-бизнес

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Садохин, Александр Петрович. Межкультурная коммуникация [Текст]: учебное пособие по дисциплине "Культурология" / А. П. Садохин. - Москва: Альфа-М : ИНФРА-М, 2012. -	30	15	100	-
2	Руженцева Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов [Текст]: учебное пособие. – М.: Флинта:Наука, 2012 г. – 180 с.	10	15	100	-
3	Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным специальностям / Т. Г. Добросклонская; М. -: КДУ, 2012. - 116 с.	10	15	100	-
4	Тухтиева, Гульбахрам Турсуновна. Русский язык и культура речи [Текст : Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов технических вузов по дисциплине "Русский язык и культура речи" / Г. Т. Тухтиева ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2013. - 147 с. - Режим доступа: http://elib.tyuiu.ru/wp-content/uploads/2013/10/russkii.pdf	33+Неограниченный доступ	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК

 Д.Х. Каюкова

**Дополнения и изменения
к рабочей программе дисциплины
Дискурс-анализ текстов в коммуникациях
на 2023 - 2024 учебный год**

С учётом развития науки, практики, технологий и социальной сферы, а также результатов мониторинга потребностей работодателей, в рабочую программу вносятся следующие дополнения (изменения):

№	Вид дополнений/изменений	Содержание дополнений/изменений, вносимых в рабочую программу
1	Актуализация списка используемых источников	Смотри Приложение к листу дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
2	Актуализация современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	<p>Изложить п.9.2 в следующей редакции: 9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ http://webirbis.tsogu.ru/ – Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — https://www.iprbookshop.ru/ – Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru – Электронно-библиотечная система «Лань» https://e.lanbook.com – Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru – Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU http://www.elibrary.ru – Национальная электронная библиотека (НЭБ) – Библиотеки нефтяных вузов России : – Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина http://elib.gubkin.ru/, – Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета http://bibl.rusoil.net/ , – Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ http://lib.ugtu.net/books – Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив» – ЭКБСОН - информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки

Дополнения и изменения внес:

доцент кафедры МиМУ, к.с.н.

Дополнения (изменения) в рабочую программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой
«15» мая 2023 г.



Е.О. Аквазба



М.Л. Белоножко

