

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Кафедра менеджмента

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

*«Реклама и связи с общественностью в публичной и частной сферах»*

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

***ОСНОВЫ РЕДАКТИРОВАНИЯ И КОПИРАЙТИНГА***  
***Б1.О.15***

краткое наименование дисциплины: ОРК

по направлению подготовки:  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

формы обучения: очная, заочная

Год набора – 2024

**Авторы – составители:**

доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры социальной антропологии и межкультурных коммуникаций

Л.О. Зимина

заведующий кафедрой менеджмента

Симагина Ольга Владимировна

## **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать у студентов компетенции

УК ОС-4 Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

## **План курса:**

### Раздел 1. Основы редактирования

#### Тема 1.1. Текст как объект литературного редактирования

Редактирование в процессе коммуникации. Основы профессионального общения редактора. Критерии анализа речевого произведения.

Информативность текста и виды информации. Основные свойства текста: смысловая целостность, синтаксическая связность, литературная обработанность, закреплённость на материальном носителе.

#### Тема 1.2. Основные методические процедуры редактирования

Ознакомительное чтение. Аналитическое чтение. Шлифовочное чтение.

Правка как вид редакторской деятельности. Принципы правки. Знаки редакторской правки. Отличие редакторской правки от корректорской. Основные условия и задачи редакторской правки. Работа над текстом с целью освоения техники редакторской правки. Виды редакторской правки в зависимости от задач редакционной обработки текста. Условность границы между возможными видами правки. Правка-вычитка как самостоятельный вид редактирования. Методика проведения правки-вычитки. Методика проведения правки-сокращения, сокращение текста частями, внутритекстовые сокращения. Правка-переделка как вид, применяющийся при подготовке к печати рукописей авторов, слабо владеющих литературными навыками. Литературная запись как вид правки-сотрудничества редактора и автора. Методика проведения правки-вычитки в случае необходимости изменения жанра материала. Правка-обработка как основной вид правки, включающий в себя элементы правки-вычитки, правки-сокращения и правки-переделки. Необходимые условия проведения правки-обработки. Повышение литературных достоинств в рукописи, языковая и стилистическая правка как основные задачи правки-обработки.

#### Тема 1.3. Работа редактора с логической основой текста

Формы смысловой организации текста при соблюдении таких требований логики как точность, определенность, непротиворечивость, обоснованность. Логические ошибки, связанные с нарушением законов логики: закона тождества, закона противоречия, закона исключенного третьего. Нарушение закона тождества: подмена понятия или тезиса в процессе рассуждения, нагромождение различных по содержанию мыслей в единые тексты. Соблюдение требований закона противоречия и закона исключенного третьего в практике редактирования: последовательность и непротиворечивость в изложении, четкие и обозначенные ответы на поставленные в тексте вопросы.

Смысловые ошибки, возникающие вследствие нарушения логики изложения: отклонения от заданной темы, неопределенности изложения, противоречия.

#### Тема 1.4. Работа редактора с фактическим материалом

Выбор факторов, их проверка и осмысление. Основные методологические принципы отбора фактов и их оценки. Работа редактора над систематизацией факторов с целью помочь читателю понять их взаимосвязь и сделать определенные выводы.

Конкретизация представления как метод проверки факта. Уточнение понятия и высказывания. Сопоставление фактов. Проверка фактов по авторитетным источникам.

Цифра как вид фактического материала и элемент текста. Требования к подбору и оформлению цифр. Работа редактора со статистикой.

Цитаты как вид фактического материала. Приемы и правила цитирования. Техника сверки цитат с первоисточником. Оформление ссылок на источники. Принципы единообразия и написания имен, фамилий, дат, географических названий, наименований и терминов.

#### Тема 1.5. Работа редактора над композицией авторского текста

Работа над композиционным построением как важнейшая составная часть редактирования рукописи. Выбор композиционного построения текста в зависимости от замысла автора, назначения произведения, его содержания и жанра. Осмысление редактором текста как единого целого, составление плана, установление соразмерности отдельных частей. Проверка избранной автором последовательности изложения. Введение рубрикации для более четкого членения текста. Проверка и установление редактором правильности разделения текста на абзацы. Задачи редактора по устранению погрешностей и штампов в композиционном построении текста.

#### Тема 1.6. Работа редактора над разными видами текста

Виды текстов в зависимости от характера изложения: повествование, описание, рассуждение. Выявление основного принципа изложения материала при анализе повествований. Редактирование повествовательного текста: проверка соразмерности его частей, устранение непоследовательности изложения, исключение подробностей, необязательных для раскрытия темы. Особенности редактирования описательного текста, набор отдельных деталей, создающих представление о предмете в целом, необходимость исключения вводных частей, не связанных с основной темой изложения. Рассуждение как действительное средство убеждения читателя при четкости и логичности доказательства.

#### Тема 1.7. Основы стилистической правки текста

Стилистическая правка как завершающий этап редакторской работы. Основные принципы и критерии стилистической правки. Техника стилистической правки. Проблемы редактирования переводов. Типология текстовых ошибок: ошибки восприятия, памяти мышления и вербализации. Логические ошибки. Фактические ошибки. Речевые ошибки. Речевые погрешности, встречающиеся в авторских текстах: лексические, морфологические, синтаксические, стилистические и коммуникативные.

### Раздел 2. Специфика создания текстов в рекламе

#### Тема 2.1. Креатив в рекламе

Планирование деятельности по созданию рекламного текста на основе комплексного подхода. Разработка концепции и идеи. Формально-семантическая организация текста. Разработка содержания текста. Характеристики текста. Метод и форма изложения. Правовые нормы. Формула AIDA. Поуровневый анализ текста. Приёмы создания рекламных текстов, основанные на использовании языковых средств разных уровней и средств графики. Заголовок. Основной текст. Кода. Литературная обработка текста. Оформление текста. Разработка вариантов. Тестирование.

#### Тема 2.2. Особенности создания печатных рекламных текстов

Особенности печатных рекламных текстов, их разновидности. Подвиды печатной рекламы: 1) прессовая реклама, 2) каталог, 3) буклет, 4) проспект, 5) плакат, 6) листовка, 7) календарь, 8) этикетка и наклейка. Жанровая специфика печатной рекламы. Характеристика жанров печатной рекламы. Способы повышения физической читаемости текста и снижения сложности текста. Структура печатных рекламных текстов. Лингвистические приемы создания печатных рекламных текстов.

#### Тема 2.3. Рекламные тексты для электронных СМИ

Специфика текстов для радио и телевидения. Подходы к созданию рекламных текстов для радио и телевидения. Особенности аудиального и визуального восприятия текстов. Способы и приемы создания эффективных рекламных текстов для радио и телевидения. Алгоритмы написания сценариев аудио-и видеорекламы.

#### Тема 2.4. Рекламные тексты для Интернета

Специфика текстов для Интернета. Подходы к созданию рекламных текстов для сети Интернет. Виды интернет-рекламы. Баннеры. Контекстная реклама. Реклама в социальных сетях и блогах. Веб-сайты и веб-страницы. Рекламные тексты для электронных магазинов. Рекламные обращения в электронной почте. Способы и приемы создания эффективных рекламных текстов для сети Интернет. Современные технологии продвижения товаров и услуг в Сети Интернет.

#### Тема 2.5. Коммуникативные неудачи в рекламе

Понятие коммуникативная неудача. Причины коммуникативных неудач в рекламе. Типичные случаи коммуникативных неудач в рекламных текстах: многословие, дублирование информации в разных композиционных элементах текста, пропуск необходимого смыслового звена, немотивированное использование слов и оборотов, ошибки в употреблении омонимичных форм, неустранённая многозначность, ошибки в использовании графических и словообразовательных средств, неверное построение номинативных и других свёрнутых структур, неуместное использование жаргонизмов, не декодируемая аббревиация, излишняя терминологизация, нецелесообразное употребление иноязычной лексики. Пути устранения речевых нарушений.

#### **Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.**

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1. Основы копирайтинга		
Тема 1.1.	Текст как объект литературного редактирования	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.2.	Основные методические процедуры редактирования	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.3.	Работа редактора с логической основой текста	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.4	Работа редактора с фактическим материалом	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 1.5	Работа редактора над композицией авторского текста	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 1.6	Работа редактора над разными видами текста	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 1.7	Основы стилистической правки текста	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Раздел 2. Специфика создания текстов в рекламе		
Тема 2.1.	Креатив в рекламе	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 2.2.	Особенности создания печатных рекламных текстов	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание
Тема 2.3.	Рекламные тексты для электронных СМИ	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 2.4.	Рекламные тексты для Интернета	Устное выступление с докладом и презентацией
Тема 2.5	Коммуникативные неудачи в рекламе	Устное выступление с докладом и презентацией, практическое задание, защита контрольной работы

Зачет и экзамен проводятся с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам.

### Основная литература:

1. Басовская, Е. Н. Стилистика и литературное редактирование : учебное пособие для вузов / Е. Н. Басовская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 211 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06922-8. — URL: <https://urait.ru/bcode/473189> (дата обращения: 18.05.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

2. Борисова, Е. Г. Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для вузов / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбух. — Москва : Юрайт, 2021. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01410-5. — URL: <https://urait.ru/bcode/468865> (дата

обращения: 18.05.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.

3. Вайрах, Ю. В. Стилистика и литературное редактирование : учебное пособие для бакалавров / Ю. В. Вайрах. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-394-02869-4. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83126.html> (дата обращения: 14.05.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «IPRbooks», требуется авторизация.

4. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка : учебник для вузов / И. Б. Голуб. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 484 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07472-7. — URL: <https://urait.ru/bcode/469515> (дата обращения: 18.05.2021). — Режим доступа: электрон.-библ. система «Юрайт», требуется авторизация.