

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.-библиотечная 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.-библиотечная 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.-библиотечная система «Юрайт», требуется авторизация.