

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 17.07.2023 13:32:03
Уникальный программный ключ:
1e90b132d9b04dce67585160b015ddd2cb1e6a9

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института
экономики и управления АПК
д.т.н., профессор Л.И. Хоружий



«30» августа 2022 г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины

Б1.О.02.02 Медиалингвистика

для подготовки магистров

Направление: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)»

Форма обучения: очная
Год начала подготовки: 2019 год

Курс 1
Семестр 2

- А) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 2022 г. начала подготовки.
- Б) Программа актуальна и для направленности (профиля) «Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Разработчик: Гнездилова Е.В., доцент кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации

«30» августа 2022 г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации протокол № 1 от «30» августа 2022 г.

И.о. Заведующего кафедрой _____ Гнездилова Е.В.

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий кафедрой
Связей с общественностью
и речевой коммуникации

_____ « » _____ 2022 г.



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Гуманитарно-педагогический факультет
Кафедра связей с общественностью и речевой коммуникации

УТВЕРЖДАЮ:
декан гуманитарно-педагогического
факультета
П.Ф. Кубрушко
2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.02.02_МЕДИАЛИНГВИСТИКА

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)

Курс 1

Семестр 2

Форма обучения – очная

Год начала подготовки – 2019

Регистрационный номер _____

Москва, 2019

Разработчик:

Алтабаева Елена Владимировна, д. филол. н., профессор

«19» 04 2020 г.

Рецензент: __ Зайцев Алексей Анатольевич, к. филол. н., доцент, зав. кафедрой иностранных и русского языков __

«11» 04 2020 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)», утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «08» апреля 2015 г. № 372 и зарегистрированного в Минюсте РФ «05» мая 2015 г. № 37114 и учебного плана по данному направлению.

Программа обсуждена на заседании кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации
протокол № 9 от «28» 04 2020 г.

Зав. кафедрой __ д. филол. н., доцент И. В. Бугаева

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

«18» 04 2020 г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии гуманитарно-педагогического факультета д. экон. н, профессор В. И. Еремин

«12» 05 2020 г.

Заведующий выпускающей кафедрой связей с общественностью и речевой коммуникации д. филол. н., доцент И. В. Бугаева

«18» 04 2020 г.

Зав. отдела комплектования ЦНБ

(подпись)

Бумажный экземпляр РПД, копии электронных вариантов РПД и оценочных средств получены:

Методический отдел УМУ

«__» 2019 г.

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ	4
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	5
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ	8
ПО СЕМЕСТРАМ	8
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.3 ЛЕКЦИИ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/ ЗАНЯТИЯ.....	9
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	11
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	12
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	12
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	15
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	16
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	16
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	16
7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ	16
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ.....	17
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	17
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ	17
СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ	17
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	17
ТРЕБОВАНИЯ К АУДИТОРИЯМ (ПОМЕЩЕНИЯМ, МЕСТАМ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ	17
ТРЕБОВАНИЯ К СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОМУ ОБОРУДОВАНИЮ.....	17
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	19
Виды и формы отработки пропущенных занятий	20
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	20
РЕЦЕНЗИЯ	22

Аннотация

Учебная дисциплина «Медиалингвистика» входит в систему дисциплин по направлению магистерской подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)». Дисциплина предусматривает освоение магистрами сведений из истории медиалингвистики как науки и учебной дисциплины, предполагает освещение самых разных аспектов ее теории и практики в целях формирования общего и систематизированного представления об этой сфере масс-медиа, получение информации о принципах, нормах, типологии и особенностях медиатекста в сфере рекламы и связей с общественностью, а также формирование навыков анализа и составления медиатекстов разных жанров для развития умения обращаться с медиаматериалом, в том числе и в профессиональном плане.

Обучающиеся в процессе изучения этой дисциплины освоят основные элементы содержания понятия «медиалингвистика», методологические основы этой науки, осмыслят роль различных социальных и социокультурных факторов в процессе формирования медиатекстов. Кроме того, они научатся проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий, реализовывать знания в области своей профессиональной деятельности. Студенты должны будут овладеть навыками анализа содержания, структуры, языковых и изобразительно-выразительных средств типологически различных медиатекстов, навыками рекламной и пиар деятельности в современном медиапространстве.

Значение учебной дисциплины «Медиалингвистика» заключается в повышении общего уровня коммуникативной компетентности будущих дипломированных выпускников. Новизна данного курса определяется основополагающей целью – дать целостное представление о феномене медиатекста как объекта медиалингвистики для осуществления эффективной деятельности в профессиональной сфере рекламы и СО.

Трудоемкость учебной дисциплины «Медиалингвистика» – 2 зачетные единицы. Формы текущего контроля знаний – контрольная работа и реферат, форма промежуточной аттестации – экзамен.

Ведущий специалист – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации Е.В. Алтабаева.

1. Цель освоения дисциплины

Основной целью освоения учебной дисциплины «Медиалингвистика» является рассмотрение сущности и специфики новой области междисциплинарного научного знания – медиалингвистики для формирования у обучающихся системных представлений о ее основном объекте – медиатексте и выработки практических умений и навыков, необходимых для осуществления квалифицированного анализа и составления медиатекстов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Цель находит свое развитие в следующих задачах:

- знакомство обучающихся с историей и становлением медиалингвистики как науки,
- формирование у магистрантов системных представлений и соответствующих знаний о явлении медиатекста,
- развитие умения анализировать коммуникативную ситуацию в формате медиатекста и правильно ее регулировать,
- овладение необходимым понятийным аппаратом и специальной терминологией,
- выработка практических навыков квалификации и анализа медиатекстов.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина Б1.О.02.02. «Медиалингвистика» включена в перечень дисциплин по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)», блок «Историко-филологические дисциплины». Дисциплина Б1.О.02.02. «Медиалингвистика» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Реализация в дисциплине «Медиалингвистика» требований ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: «Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК)», позволит решать профессиональные задачи; охватывать теоретическую, практическую, познавательную составляющую деятельности подготавливаемого магистранта; готовить будущего магистра к самообучению и саморазвитию.

Дисциплина является основополагающей для изучения многих дисциплин – таких, как «Реклама как поликодовый текст», «Основы визуальных коммуникаций», «Кросс-культурные коммуникации в агробизнесе», «Планирование и реализация кампаний по РиСО в агробизнесе», «Особенности рекламной деятельности в сфере АПК», «Креативный копирайтинг», «Нейминг и нейминговая экспертиза», «Вербальные и невербальные коммуникации: коды культуры», которые согласно учебному плану изучаются позже или параллельно и могут в той или иной степени опираться на ряд положений данного курса.

Данная учебная дисциплина в своем содержании учитывает и опирается на некоторые положения курсов «Теория и методология современной коммуникативистики», «Цифровые коммуникации и новые медиа», «Разработка и продвижение контента».

Промежуточная аттестация магистров по итогам освоения дисциплины проводится в форме экзамена.

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

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

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

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1.	УК-4	Знает современные коммуникативные технологии, необходимые для академического взаимодействия на русском и иностранном языке	УК-4.1	мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы медиалингвистики, ориентироваться в медиапространстве с учетом современных коммуникативных технологий	различать типы, виды, разновидности современных коммуникативных технологий и коммуникативных приемов, необходимых для академического взаимодействия на русском и иностранном языке, в т.ч. при составлении медиатекстов	навыками и условиями осуществления успешного академического взаимодействия на русском и иностранном языке, в условиях создания и восприятия медиатекста, в том числе и на международном уровне
2.	УК-4	Владеет современными коммуникативными технологиями в профессиональной сфере	УК4.2	теоретические основы и ведущие принципы современных коммуникативных технологий и коммуникативных приемов на профессиональном уровне для понимания природы востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью медиатекстами и сущности их	использовать ведущие принципы современных коммуникативных технологий для осуществления работы над востребованными индустрией рекламы и связей с общественностью медиатекстами в различных профессиональных	необходимыми практическими навыками, определяющими квалифицированное и успешное построение и языковое оформление медиатекстов разных жанров, востребованных индустрией рекламы и связей с обще-

				признаков	ситуациях	ответственностью
...	ОПК-1	Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-1.1	основные особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, принципы языковой и стилистической организации разножанровых медиатекстов, классификацию и методы анализа содержания медиатекстов	определять тип медиатекста, осуществлять анализ содержания различных медиатекстов для обеспечения оптимальной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью	навыками составления медиатекстов в различных коммуникативных условиях, в том числе и в ситуации кросс-культурного общения в профессиональной сфере
	ОПК-1	Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.2	принципы управления процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	управлять процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и иных медиапродуктов, учитывая изменения норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	необходимыми практическими навыками, определяющими квалифицированное и успешное построение и языковое оформление востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью медиатекстов разных жанров

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	час.
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72
1. Контактная работа:	18,4
Аудиторная работа	18,4
лекции (Л)	4
практические занятия (ПЗ)	12
лабораторные работы (ЛР)	
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)	
консультации перед экзаменом	2
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)	0,4
2. Самостоятельная работа (СРС)	53,6
реферат/эссе (подготовка)	
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)	
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)	
контрольная работа	
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка	29
Подготовка к экзамену (контроль)	24,6
Вид промежуточного контроля:	экзамен

4.2 Содержание дисциплины

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа				Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/С	ЛР	ПКР	
Раздел 1. Медиалингвистика как наука и учебная дисциплина.	16,4	2	4		0,4	10
Раздел 2. Медиатекст как объект медиалингвистики	55,6	2	8		2	43,6
Всего за 2 семестр	72	4	12		2,4	53,6

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа				Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/С	ЛР	ПКР	
Итого по дисциплине	72	4	12		2,4	53,6

Раздел 1. Медиалингвистика как наука

Тема 1.1 Медиалингвистика как область современного гуманитарного знания.

1. Объект и предмет медиалингвистики.
2. Цель и задачи медиалингвистики.
3. Методологическая основа медиалингвистики.
4. Связь медиалингвистики с другими науками.
5. Значение медиалингвистики для подготовки магистров направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Раздел 2 Медиатекст как объект медиалингвистики

Тема 2. 1 Медиатекст как объект медиалингвистики

1. Категория медиатекста.
2. Соотношение понятий *текст, дискурс, медиатекст и медиадискурс*.
3. Коцепции медиатекста.

Тема 2. 2. Признаки и языковые особенности медиатекста.

1. Аспекты исследования медиатекста в современной медиалингвистике.
2. Медиатекст и его признаки.
3. Языковые особенности медиатекстов разных жанров.

Тема 2. 3 Типология медиатекстов.

1. Принципы классификации медиатекстов..
2. Основные типы медиатекстов.
3. Принципы составления медиатекстов разных жанров.

Тема 2. 4 Методы изучения медиатекстов.

1. Методы изучения медиатекстов.
2. Виды анализа медиатекстов.
3. Анализ языковой специфики рекламного медиатекста.

4.3 Лекции/лабораторные/практические/ занятия

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 4

Содержание лекций /практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия ¹	Кол-во часов
1.	Раздел 1. Медиалингвистика как наука и учебная дисциплина				
	Тема 1. Медиалингви-	<i>Практическое занятие № 1,2.</i>	УК-4.1 УК-4.2	Беседа, опрос.	4

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия ¹	Кол-во часов
	стика как область современного гуманитарного знания.	Объект, предмет, цель, задачи медиалингвистики. Становление и развитие науки..		Рефераты Медиапрезентации	
		Лекция	УК-4.1 УК-4.2		2
2.	Раздел 2. Медиа́тэкст как объект медиалингвистики				
	Тема 1. Медиа́тэкст как объект медиалингвистики.	<i>Практическое занятие № 3.</i> Категория медиа́тэкста. Соотношение текста, дискурса, медиа́тэкста и медиа́дискурса. Концепции медиа́тэкста.	УК-4.1 УК-4.2	Индивидуальный опрос: работа по заданиям	2
	Тема 2. Признаки и языковые особенности медиа́тэкста.	<i>Практическое занятие № 4.</i> Медиа́тэкст и его признаки. Языковые особенности медиа́тэкстов разных жанров.	ОПК-1.1 ОПК-1.2	Работа с текстами. Анализ специфики рекламного медиа́тэкста.	2
	Тема 3. Типология медиа́тэкстов	<i>Практическое занятие № 5.</i> Принципы классификация медиа́тэкстов. Основные типы медиа́тэкстов. Принципы составления медиа́тэкстов разных жанров.	ОПК-1.1 ОПК-1.2	Беседа, дискуссия, работа по заданиям, составление медиа́тэкстов разных жанров	2
	Тема 4. Методы изучения медиа́тэкстов.	<i>Практическое занятие № 6.</i> Методы изучения медиа́тэкстов. Виды анализа медиа́тэкстов. Анализ языковой специфики рекламного медиа́тэкста.	УК-4.1 УК-4.2	Беседа, опрос. Итоговая контрольная работа	2
		Лекция	УК-4.1 УК-4.2 ОПК-1.1 ОПК-1.2		2

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Таблица 5а

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1 Медиалингвистика как наука и учебная дисциплина		
1.	Тема 1. Медиалингвистика как научная дисциплина интегративного характера.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предпосылки возникновения медиалингвистики как науки в России и за рубежом (анализ монографических исследований) 2. Специфика методологической основы медиалингвистики. 3. Медиалингвистика в системе наук.
...	...	
Раздел 2 Медиатекст как объект медиалингвистики.		
...	Тема 1. Медиатекст как объект медиалингвистики.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Концепция медиатекста в современной лингвистике. 2. Проблема соотношения текста (дискурса) и медиатекста (медиадискурса). 3. Сопоставительный анализ медиатекста и текстов разных жанров (по выбору студента)
...	Тема 2. Признаки и языковые особенности медиатекста.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Медиатекст и его признаки (практический анализ на материале конкретных текстов). 2. Стилистические особенности медиатекстов разных жанров. 3. Особенности использования устной и письменной речи в медиатекстах
	Тема 3. Типология медиатекстов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Типы медиатекстов в с позиций функционально-жанровой классификации. 2. Категория авторства в медиатексте и ее значение. 3. Параметры, используемые для описания медиатекстов.
	Тема 4. Методы изучения медиатекстов.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стилистический анализ медиатекстов. 2. Дискурсивный анализ медиатекстов. 3. Контент-анализ медиатекста и его значение.

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
1.	Медиатекст как объект медиалингвистики.	Л Активная форма: проблемная лекция

№ п/п	Тема и форма занятия		Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий (форм обучения)
2.	Признаки и языковые особенности медиатекста.	ПЗ	Интерактивная форма: Мозговой штурм
3	Классификация медиатекстов.	ПЗ	Интерактивная форма: Круглый стол

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

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

Программой предусматриваются итоговая контрольная работа. В контрольной работе бакалаврам предлагаются вопросы по следующим темам: «Медиатекст как объект медиалингвистики», «Типология медиатекстов». Для выполнения контрольной работы необходимо подготовиться по следующим вопросам:

- В чём суть концепции медиатекста? Какие параметры используются для описания медиатекстов?
- Какое значение имеет категория авторства при производстве и распространении текстов массовой информации?
- Каковы особенности использования устной и письменной речи в медиатекстах?
- Какие наиболее устойчивые типы медиатекстов выделяются в рамках функционально-жанровой классификации?
- Как можно охарактеризовать данные типы текстов с точки зрения соотношения в них функции сообщения и функции воздействия?
- Лингвостилистические особенности новостных текстов (пресса, радио, телевидение, Интернет).
- Лингвомедийные признаки новостных текстов (можно на материале масс медиа страны изучаемого языка).
- Прагматика новостных текстов.
- Лингвостилистические особенности информационно-аналитических текстов.
- Лингвомедийные признаки информационно-аналитических текстов массовой информации (можно на материале страны изучаемого языка или в сравнительно-сопоставительном аспекте).
- Информационно-аналитические медиатексты в функционально-стилистическом аспекте.
- Лингвостилистические особенности публицистических материалов (текстов группы features).

- Прагматика публицистического медиатекста.
- Способы выражения индивидуально-авторского стиля в публицистических текстах.
- Лингвостилистические особенности рекламных текстов.
- СМИ-рекламоносители: преимущества и недостатки.
- Методы описания рекламных текстов.
- Лингвомедийные особенности рекламных текстов (пресса, радио, телевидение, Интернет).

Тематика рефератов.

- СМИ-рекламоносители: преимущества и недостатки.
- Методы описания рекламных текстов.
- Лингвомедийные особенности рекламных текстов (пресса, радио, телевидение, Интернет).
- Основные форматные признаки журнальной прессы (на материале...)
- Национально-этнические стереотипы в британской рекламе (русской, немецкой, и т.д.).
- Лингвомедийные особенности Интернет-текстов.
- Особенности распространения информации в Интернете: этико-правовой аспект.
- Образ России в зарубежных СМИ (на материале...)
- Образ страны изучаемого языка в российских СМИ.
- Особенности межличностной коммуникации в Интернете.
- Национально-культурные особенности современного российского медиаландшафта (британского, американского, испанского и т.д.)
- Особенности российской наружной рекламы.
- Политическая реклама в современной России (на материале предвыборной кампании).
- Case study – особенности освещения конкретного события различными СМИ.
- Интерпретационные свойства медиатекстов (на материале освещения одного и того события СМИ различной политической направленности).
- Лингвокультурологические особенности конкретного медиапродукта (газеты, журнала, телевизионного или радиоканала, Интернет-сайта).
- Аналоговая медиaproдукция в современной России: лингвокультурологический аспект (анализ российских вариантов зарубежных медиаматериалов, таких, как, например, журналы «Cosmopolitan», «Vogue», etc, или телевизионных программ типа «Кто хочет стать миллионером» и т.п.).

Требования к оформлению рефератов

Объем – 20-25 с.

Технические параметры: формат – doc (MS Word); поля: верх, низ - 2,5 см, лев. – 3 см, прав. – 1,5 см; шрифт – Times New Roman, кегль – 14 пт; интервал – 1,5; абзацный отступ (красная строка) – 1,25 см; выравнивание – по ширине; перенос слов – автоматический; рисунки, графики, схемы и т.д. должны быть черно-белые в формате JPEG; страницы текста нумеруются внизу по центру. Допускаются шрифтовые выделения курсивом, жирным шрифтом и жирным курсивом (однотипные).

Название глав и параграфов печатается жирным кеглем, выравнивание по центру. Точки в конце заголовков не допускаются. Ссылки на используемую литературу даются в тексте в квадратных скобках по типу [Моррис 1983: 72]; список литературы – после текста статьи в алфавитном порядке, сначала российские, затем зарубежные авторы и интернет-ресурсы.

Структура: титульный лист, содержание с указанием номеров страниц, Введение (постановка проблемы, объект, предмет, цель работы, задачи, структура и т.д.), Главы (с делением на параграфы по типу 1.1, 1.2, 1.3...), Заключение (итоги, выводы и результаты работы), Список литературы, Приложения.

Предоставляется: 1) папка с распечатанным текстом и 2) электронная версия реферата.

Примерные вопросы к экзамену

- Медиалингвистика как учебная дисциплина; ее место и роль в системе подготовки специалиста по связям с общественностью.
- Вопрос о статусе медиалингвистики как науки. Предмет и задачи медиалингвистики
- Вопрос о теоретических основах и предпосылках возникновения медиалингвистики.
- Синтетический характер медиалингвистики как интегративной дисциплины.
- Отечественная традиция изучения языка СМИ (обзор основных работ).
- Западная традиция изучения языка СМИ (обзор основных работ).

Место медиалингвистики в системе гуманитарного знания.

Связь с общественными науками.

- Медиалингвистика и система современных наук о языке. Разделы языкознания и уровни языка.
- Понятийный аппарат медиалингвистики.
- Методология медиалингвистики (концепция медиатекста, концепция коммуникативного фона, концепция дискурса)
- Медиалингвистика и современные научные парадигмы.
- Семиотический аспект исследования языка СМИ и медиатекста.
- Психолингвистический аспект исследования языка СМИ и медиатекста.

- Когнитивно-дискурсивный аспект исследования языка СМИ и медиатекста.
- Когнитивно-дискурсивная парадигма и ее возможности. Концептуализация знаний и представлений в медиатексте.
- Дискурс и текст: проблема соотношения.
- Когнитивно-коммуникативная функция как основная функция языка СМИ.
- Юридический аспект исследования языка СМИ и медиатекста.
- Политический аспект исследования языка СМИ и медиатекста.
- Лингвокультурологический аспект исследования языка СМИ и медиатекста. Культурный фон, артефакты, лингвокультуремы в медиатексте.
- Функционально-стилистический аспект исследования языка СМИ и медиатекста. Фонетические, лексические, фразеологические, словообразовательные, морфологические, синтаксические средства.
- Разноуровневые средства в структуре медиатекста и их изобразительно-выразительные функции.
- Концептуальный аспект исследования языка СМИ и медиатекста.
- Медиатекст как категория: структура и содержание понятия. Природа и специфика медиатекста.
- Соотношение медиатекста и текста, медиатекста и дискурса.
- Типология медиатекстов. Лингвомедийные свойства основных типов медиатекстов
- Новости как тип медиатекста.
- Информационная аналитика как тип медиатекста.
- Комментарий как тип медиатекста.
- Публицистика как тип медиатекста.
- Реклама как тип медиатекста.
- Особенности языка современных СМИ в прагматическом аспекте. Лексические, фразеологические, синтаксические и иные средства речевой агрессии в медиатекстах.
- Методы медиалингвистики и их специфика
- Структурная организация медиалингвистики как науки. Основные темы и разделы.
- Язык СМИ и культура. Причины трактовки языка СМИ в качестве особой «модели национального языка».
- Коммуникативный акт, его структура и специфика реализации в СМИ.
- Проблема дискурса в медиалингвистике. Виды дискурсов, выделяемых в языке СМИ.
- Основные функции СМИ, реализуемые в медиатексте.

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

Критерии оценивания результатов обучения

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

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: Уч. пос. – М.: Аспект Пресс, 2010.
2. Киселев А.В. Теория и практика массовой информации. СПб.: Питер, 2011.
3. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. М.2015.

7.2 Дополнительная литература

1. Добросклонская Т.Г. Системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) – М.: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.
2. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии. М.: Аспект Пресс, 2008.
3. Ф.И. Шарков. Коммуникология: основы теории коммуникации. М.: Дашков и К*, 2014.

7.3 Нормативные правовые акты

1. Федеральный закон «О средствах массовой информации» от 13.01.1995. № 6-ФЗ.
2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03. 2006. № 38-ФЗ.

7.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Комплект медиапрезентаций по вопросам лекционных занятий для самоподготовки магистрантов.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Глюксман Андре. «Corriere Della Sera», 16.09.2008 // <http://www.inosmi.ru/0704/25/3510/244044.html>
2. Титченер Эдвард [Электронный ресурс] / Э. Титченер. – msk treko.ru.skowdist.504

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Таблица 9

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип Программы	Автор	Год разработки
1	Медиалингвистика как наука и как учебная дисциплина	Microsoft Power Point	обучающая		
2	Медиатекст как объект медиалингвистики	Microsoft Word	обучающая		
3	Медиалингвистика как наука и как учебная дисциплина	Google Chrome	обучающая		

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

Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий

1. Аудитории, оборудованные для проведения интерактивных лекций: мультимедийное оборудование, видеопроектор, экран настенный.
2. Стандартно оборудованные лекционные аудитории.

Требования к специализированному оборудованию

Специализированное оборудование на занятиях – оборудование для медиапрезентации: компьютер, экран, видеопроектор.

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

- библиотечный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева (учебная, научная, монографическая литература, словари, справочники-практикумы).

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Таблица 10

№ учебного корпуса (адрес*)	№ помещения	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 250 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы	<p>CeID-1800/512/80/DVD-R ин.№ 558788/200</p> <p>Доска белая ин.№ 558762/2</p> <p>Мультимедийный проектор BENQ MW526E ин.№ 210138000003859</p> <p>Крепление для проектора ин.№ 558769/1</p> <p>Экран с электроприводом ин.№ 558771</p> <p>Копозиция стол+2 студ.стула Медалист 120*50*76- 6 шт. ин.№ 594115 - 594120</p> <p>Парты + скамейки (Комплект Медалист)-12 шт. ин.№ 593972 - 593984</p>
№ 6 (Тимирязевский пр.1/2)	6 к., 249 а.	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для само-	<p>Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598946</p> <p>Стол аудиторный ин.№ 558588 18 шт.</p> <p>Стул ученический ин.№ 558591 36 шт.</p> <p>Стол для преподавателя ин.№ 558592/2</p> <p>Стул ИЗО ин.№ 558590 1 шт.</p>

		стоятельной работы	
№ 6 (Тимирязев- ский пр.1/2)	6 к., 248 а.	учебная аудито- рия для проведения за- нятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий се- минарского типа, учеб- ная аудитория для груп- повых и индивидуаль- ных консультаций, учеб- ная аудитория для теку- щего контроля и проме- жуточной аттестации, помещение для само- стоятельной работы	Доска школьная 1-эл. 170*100 магнитно-мел. ин.№ 598947 Стулья лекционные ИСЦ с от- кидн.столиком и пюпитром 24 шт. Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый) 1 шт. Стол переговорный на 8-10 мест 220*120*76+2 сектора +4 опоры ин.№ 598951 Стол письменный ин.№ 554542
№ 6 (Тимирязев- ский пр.1/2)	6 к., 251 а.	учебная аудито- рия для проведения за- нятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий се- минарского типа, учеб- ная аудитория для груп- повых и индивидуаль- ных консультаций, учеб- ная аудитория для теку- щего контроля и проме- жуточной аттестации, помещение для само- стоятельной работы	Доска меловая – 1 шт. Парты + скамейки (Комплект Медалист)-11 шт. ин.№ 593960 - 593971 Стол письменный ин.№ 554542 Стул для посетит. "ISO хром" (т.-серый)1 шт.
Лист- венничная аллея, 2, кор.1		Центральная на- учная библиотека им. Н.И. Железнова. Читаль- ные залы	9 читальных залов (5 компью- теризированных), организованных по принципу открытого доступа и ос- нащенных WiFi , Интернет-доступом

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

Учебный процесс по изучению дисциплины «Медиалингвистика» представляет собой лекционные, практические занятия и самостоятельную работу студентов. На лекционных занятиях рассматривается материал по основным разделам дисциплины. На практических занятиях магистранты выполняют разного рода задания, выступают с рефератами и участвуют в мозговых штурмах, заседаниях круглого стола, в обсуждении ситуаций, отраженных в медиатексте, осуществляют анализ медиатекстов различных жанров, формируют навыки их самостоятельного составления.

Наиболее сложными для усвоения могут оказаться темы «Медиатекст как объект медиалингвистики» и «Методы изучения медиатекста»: магистранты обязаны знать теоретический материал (лекционный и данный в рекомендованной учебной литературе), являющийся основой для усвоения этого раздела и необходимый для осмысления его содержания.

При изучении разделов и тем учебной дисциплины «Медиалингвистика»

важно правильно организовать самостоятельную работу: перед выполнением практических заданий следует сначала проработать лекционный материал, затем изучить материал учебника и учебного пособия, после этого ознакомиться с методическими рекомендациями по темам курса и только затем приступить к выполнению письменных или устных практических заданий.

Над рефератом по выбранной теме необходимо приступить к работе с начала учебного семестра, чтобы к моменту изучения очередной темы курса выступить на практическом занятии по теме реферата с информацией, которая может стать дополнением к изучаемому материалу. Последовательность работы над рефератом заключается в следующем: выбор темы реферата, подбор литературы по теме, изучение литературы, составление плана реферата, написание текста в соответствии с планом, редактирование текста, чтение текста.

Особое внимание уделяется самостоятельной работе (см. таблица 5). Разработанные вопросы и задания позволяют магистрантам более глубоко и системно изучить базовые вопросы и фундаментальные положения медиалингвистики, освоить необходимый объем информации, овладеть требуемыми умениями и навыками.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Магистрант, пропустивший занятия, обязан предоставить лекционные материалы, написать реферат по теме пропущенного занятия, подготовить презентацию к реферату и ответить на вопросы по реферату.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

Учебная дисциплина «Медиалингвистика» согласно учебному плану состоит из двух взаимосвязанных разделов: «Медиалингвистика как наука и как учебная дисциплина», «Медиатекст как объект медиалингвистики». В процессе преподавания учебной дисциплины основными задачами преподавателя являются следующие: 1) раскрыть содержание каждого раздела (каждой входящей в него темы); 2) показать логическую взаимосвязь материала разделов так, чтобы учебная дисциплина открылась студентам как научная система; 3) помочь магистрантам овладеть учебным материалом; 4) привить навыки и умения по изучаемой дисциплине.

При изучении этих разделов целесообразно использовать проблемно-поисковые методы ведения лекционных занятий: проблемные лекции, лекции с элементами эвристической беседы (наряду с обзорными, информационными лекциями). Проведение практических занятий можно организовать в форме традиционного семинара, беседы, дискуссии в зависимости от дидактических целей, в виде учебно-научных семинаров и конференций, мозговых штурмов, разбора и составления конкретных медиатекстов, дискуссий.

Практические занятия могут в рамках раздела «Признаки и языковые особенности медиатекста» быть проведены в форме учебной научной конференции, на которой магистранты выступают с реферативными и проблемными

сообщениями. Затем организуется обсуждение выступлений, в котором принимают участие все слушатели.

Для самостоятельной работы магистрантов предусмотрены темы рефератов и вопросы, которые направлены на углубленное изучение основных разделов учебной дисциплины. Перечень вопросов и темы рефератов целесообразно предложить магистрантам в начале модуля, чтобы они имели достаточно времени для самоподготовки. На практическом занятии, организованном в форме круглого стола, необходимо обеспечить предварительную подготовку магистрантов по вопросам, предусмотренным для обсуждения в ходе круглого стола.

Для подготовки мозгового штурма необходимо предварительное обсуждение с магистрантами его сценария, распределение ролей (лидер - группа), назначение ответственных за игровую, ролевую ситуацию, ведущих, жюри (при необходимости).

При всем разнообразии методов и организационных форм обучения преподаватель должен использовать различные формы контроля знаний, которые позволяют оценить уровень знаний магистрантов, увидеть их сильные и слабые стороны, выбрать оптимальные варианты обучающей деятельности применительно к специфике аудитории..

Программу разработала:

Алтабаева Е.В., д.ф.н., проф.

РЕЦЕНЗИЯ

**на рабочую программу дисциплины Б1.О.02.02 «Медиалингвистика»
ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи
с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественно-
стью в отрасли (в сфере АПК)
(квалификация (степень) выпускника – магистр)**

Зайцевым Алексеем Анатольевичем, кандидатом филологических наук, доцентом, заведующим кафедрой русского языка и культуры речи ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины «Медиалингвистика» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК) (магистратура), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева» на кафедре связей с общественностью и речевой коммуникации (разработчик – Алтабаева Елена Владимировна, профессор кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, доктор филологических наук, профессор).

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

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Медиалингвистика» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО и входит в цикл историко-филологических дисциплин Учебного плана направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК) (магистратура). Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к обязательной части учебного плана и входит в цикл историко-филологических дисциплин.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК) (магистратура).

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Медиалингвистика» закреплено 1 универсальная и 1 общепрофессиональная **компетенции**. Дисциплина «Медиалингвистика» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях.

5. **Результаты обучения**, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

6. Общая трудоёмкость дисциплины «Медиалингвистика» составляет 2 зачётных единиц (72 часа).

7. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Медиалингвистика» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК), возможность дублирования в содержании отсутствует.

8. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемых при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

9. Программа дисциплины «Медиалингвистика» предполагает 32% (6 часов) занятий в интерактивной форме.

10. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержа-

щимся во ФГОС направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» », направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК).

11. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, круглых столах, мозговых штурмах и ролевых играх, анализ конкретных медиатекстов, участие в выполнении аудиторных заданиях – работа с рекламными и PR-текстами), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

12. Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме экзамена, что соответствует статусу дисциплины как дисциплины историко-филологического цикла учебного плана ФГОС ВО дисциплин направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» », направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК).

13. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

14. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 3 источника, дополнительной литературой – 3 наименования, Интернет-ресурсы – 2 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК) .

15. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Медиалингвистика» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

16. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Медиалингвистика».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Медиалингвистика» ОПОП ВО по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК) (квалификация (степень) выпускника – магистр), разработанной профессором кафедры связей с общественностью и речевой коммуникации, доктором филологических наук, профессором Алтабаевой Еленой Владимировной, соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Зайцев А.А., кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных и русского языков ФГБОУ ВО РГАУ – МСХА имени К.А.Тимирязева

« » _____ 201__ г.

УТВЕРЖДАЮ:
Декан гуманитарно-педагогического фа-
культета П.Ф. Кубрушко

“ _____ ” _____ 201__ г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины

___Б1.О.02.02 «Медиалингвистика»___

для подготовки магистров

Направление: 42.04.01

Направленность: _____ «Реклама и связи с общественностью» », направленность (про-
филь) Реклама и связи с общественностью в отрасли (в сфере АПК) (квалификация (сте-
пень) выпускника – магистр)___ Форма обучения _____ очная _____

Год начала подготовки: _____ 2019 _____

Курс _1__

Семестр _2__

В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 2019
г. начала подготовки.

Разработчик: __ Алтабаева Елена Владимировна, профессор кафедры связей с обществен-
ностью и речевой коммуникации, доктор филологических наук, профессор)___

«__» _____ 201__ г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры _____
_____ протокол № _____ от «__» _____ 201__ г.

Заведующий кафедрой д.ф.н. И.В. Бугаева _____

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой _____ «__» _____ 201__ г.

Методический отдел УМУ: _____ «__» _____ 201__ г.