

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики



УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Стилистика и литературное редактирование рекламных
текстов»

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Стилистика и литературное редактирование рекламных текстов» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

ст.препод.

О.А. Капсамун

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.

И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование рекламных текстов» является неотъемлемой составной частью цикла вариативных дисциплин (дисциплины по выбору студентов), соотносящихся с базовыми принципами государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО).

Дисциплина реализуется на филологическом факультете ДонНУ кафедрой журналистики.

Основывается на знаниях и умениях, полученных в рамках дисциплин «Русский язык и культура речи», «Современный русский язык в массовой и деловой коммуникации», «Журналистские жанры», «Жанры рекламных и PR-текстов», и является базовой для освоения дисциплин: «Современный рекламный и PR-текст», «Рекламный практикум».

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	Академический бакалавр	
Количество содержательных модулей	2 содержательных модуля, 12 тем	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Профессиональный блок, вариативная часть (дисциплины по выбору студента)	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, зачет	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	2	2
Год подготовки	3	3
Семестр	6	5
Количество часов	72	72
- лекционных	36	6
- практических, семинарских	18	2
- лабораторных		
- самостоятельной работы	18	64
в т.ч. индивидуальное задание		
Недельное количество часов,	7,2	
в т.ч. аудиторных	4	

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели и задачи

Цель: - сформировать у студента целостного системного представления о функциональной направленности процесса редактирования в системе современной коммуникации, его прагматическом и когнитивном аспектах; выработать творческое владение нормами кодификации СРЛЯ; развитие языкового «чутья» студента.

Задачи:

- рассмотреть русский язык в его функционально-стилевых разновидностях, выявить стилиевые нормы и особенности производства текстов различной жанровой характеристики (в традиционной типологии жанров);
- раскрыть функциональные и экспрессивные (изобразительно-выразительные) возможности русского языка, а также использования грамматико-лексических единиц и отдельных морфологических форм в рамках данного контекста и целого текста;
- рассмотреть стилистические особенности жанров рекламных и PR-текстов, дать понятие о жанровой стилистике, ее особенностях и отличии от других стилистик;
- сформировать у студентов практические навыки использования языковых средств для проведения профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины «Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО ДНР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

а) общекультурных (ОК):

- обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- обладать способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

б) общепрофессиональных (ОПК):

- обладать способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владеть знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы/и связей с общественностью (ОПК-2);
- обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

в) профессиональных (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

- владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- обладать способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

- обладать способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

- обладать способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- связь языка и истории; культуры русского и других народов;
- смысл понятий: речевая ситуация и её компоненты, литературный язык, языковая норма, культура речи;
- основные единицы и уровни языка, их признаки и взаимосвязь;
- орфоэпические, лексические, грамматические и пунктуационные нормы речевого поведения в социально-культурной, учебно-научной, официально-деловой сферах общения.

уметь:

- правильно интерпретировать семантическое содержание и стилистическую информацию, которую несут лексические и грамматические единицы, определенные морфологические формы;
- делать мотивированный выбор данных единиц и форм в зависимости от условий контекста;
- эффективно использовать экспрессивные возможности этих единиц при создании рекламных текстов;
- ориентироваться в системе функциональных стилей современного русского языка;
- выявлять закономерности создания и функционирования текстов различной жанровой характеристики.

владеть:

- основными приемами информационной переработки устного и письменного текста публицистического произведения;
- способностями использования приобретенных знаний и умений в практической профессиональной деятельности и повседневной жизни.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
<i>Содержательный модуль 1.</i>	
<i>Тема 1.</i> Понятие текста и дискурса в информационном пространстве	Дефинитивная основа понятия «текста» и дискурса», их схожести и различие. Выработка рабочего определения указанных терминов. Их сопоставительная характеристика. Понятие стилистики лексической.
<i>Тема 2.</i> Технологический алгоритм текстообразования в сфере рекламы и PR	Начальные шаги специалиста по рекламе и PR в процессе текстообразования. Понятие «нарратива». Модальность и ее текстовый характер.
<i>Тема 3.</i> Особенности рекламного текста. Объяснение, его	Понятие «рекламного текста». Его основные признаки, характерные черты и особенности. Объяснение, его отличия от определения. Распространенные способы убеждения, подчеркивания интересных деталей, а также придания тексту более свободной литературной формы

виды и признаки	
Тема 4. Корректурa. Виды корректорской правки	Определение понятия «корректурa». Специфика деятельности корректора, его должностные обязанности и функции. Виды корректорской правки. Знаки корректорской правки.
Тема 5. Литературное редактирование и ознакомительное чтение журналисткой рукописи	Определение понятия «литературное редактирование» в его отличии от «корректурь». История возникновения и становления этих понятий в издательском деле. Три вида функционирования типов речи: описание, повествование, рассуждение. Лаконизм речи. Основные проблемы редактирования переводов.
Тема 6. Виды правок рукописи.	Типология журналистских правок: правка-вычитка, правка – сокращение, правка – обработка, правка- переделка. Правила унификации конкретного материала при правке – вычитке. Правила вычитки. Основные принципы анализа журналисткой рукописи.
<i>Содержательный модуль 2. Антикризисное планирование и работа с аудиториями</i>	
Тема 7. Работа редактора с логической основой рукописи. Правка как вид редакторской деятельности.	Логичность, логика изложения материала в строгом следовании законам правильного мышления. Единицы и процедур логического анализа. Понятия, в их отношении к логике изложения, содержания, рукописи. Правка. Виды редакторской правки. Внутритекстовая правка и время ее применения.
Тема 8. Основные технические требования к правке.	Специфика правки рукописи, различные виды знаков, требования к правке-сокращению. Сохранение авторского замысла и содержательного компонента текста.
Тема 9. Функциональные стили при разработке рекламных и PR-текстов.	Система пяти стилей. Жанровое обеспечение журналистских стилей. Место разговорного и публицистического стиля в рекламных и PR-текстах. Характерные лексемы, устойчивые словосочетания, специфическая лексика рекламных текстов.
Тема 10. Родо-видовые отношения между словами	Родо-видовые отношения между словами. Особенности употребления гипонимов и гиперонимов, уместность контекстных гипонимов. Отношения синонимии, антонимии, омонимии. Использование тропов при написании рекламных и PR-текстов.
Тема 11. Редактирование художественных и рекламных текстов	Сущность и задачи редактирования рукописей художественно-публицистических текстов. Профессия редактора и творческий характер его труда. Сущность редактирования творческого анализа текстов.
Тема 12. Способы обработки	Саморедактирование собственных текстов. Способы поиска ошибок в собственной рукописи, неточности, «растянутость» языковых единиц (словосочетаний, предложений, ССЦ и др.). Рекомендации автору,

рекламных и PR-текстов. Повышение их эффективности.	корректору и редактору.
--	-------------------------

Тематический план

Содержательный модуль 1. Стилистика русского языка												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	В Т.Ч.					всего	В Т.Ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 1. Понятие текста и дискурса в информационном пространстве	4	2			2						6	
Тема 2. Технологический алгоритм текстообразования в сфере рекламы и PR	8	4	4					2			4	
Тема 3. Особенности рекламного текста. Объяснение, его виды и признаки	4	2			2						6	
Тема 4. Корректур. Виды корректорской правки	8	4	2		2			2			4	
Тема 5. Литературное редактирование и ознакомительное чтение журналистской рукописи	10	4	4		2						6	
Тема 6. Виды правок рукописи.	4	2			2			2			4	
Итого по содержательному модулю 1	38	18	10		10			4	2		30	
Содержательный модуль 2. Литературное редактирование и корректура												
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов											
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения					
	всего	В Т.Ч.					всего	В Т.Ч.				
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа

		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
Тема 7. Работа редактора с логической основой рукописи. Правка как вид редакторской деятельности.	6	4			2						6	
Тема 8. Основные технические требования к правке.	4	2			2						6	
Тема 9. Функциональные стили при разработке рекламных и PR-текстов.	6	4	2								6	
Тема 10. Родо-видовые отношения между словами	6	2	2		2						6	
Тема 11. Редактирование художественных и рекламных текстов	4	2			2						6	
Тема 12. Способы обработки рекламных и PR-текстов. Повышение их эффективности.	8	4	4					2			4	
Итого по содержательному модулю 2	34	18	8		8			2	2		34	
Итого	72	36	18		18			6	2		64	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Понятие текста и дискурса в информационном пространстве	2
2	Технологический алгоритм текстообразования в сфере рекламы и PR	4

3	Рекламный текст: виды, специфика, методы усиления воздействия	2
4	Корректурa. Виды корректорской правки	4
5	Литературное редактирование и ознакомительное чтение журналисткой рукописи	4
6	Виды правок рукописи.	2
7	Работа редактора с логической основой рукописи. Правка как вид редакторской деятельности.	4
8	Технические требования к правке.	2
9	Функциональные стили при разработке рекламных и PR-текстов.	4
10	Родо-видовые отношения между словами	2
11	Редактирование художественных и рекламных текстов	2
12	Способы обработки рекламных и PR-текстов. Повышение их эффективности.	4
	ВСЕГО	36

Темы практических занятий

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	Технологический алгоритм текстообразования в сфере рекламы и PR	4
2	Корректурa. Виды корректорской правки	2
3	Литературное редактирование и ознакомительное чтение журналисткой рукописи	4
4	Функциональные стили при разработке рекламных и PR-текстов.	2
5	Родо-видовые отношения между словами	2
6	Способы обработки рекламных и PR-текстов. Повышение их эффективности.	4
	ВСЕГО	18

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов

<i>№ п/п</i>	<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
1	Текстология как наука	2
2	Рекламный текст: виды.	2
3	Корректурa: особенности профессии.	2
4	Литературное редактирование и ознакомительное чтение рукописи	2
5	Виды правок рукописи.	2
6	Правка как вид редакторской деятельности.	2
7	Основные технические требования к правке.	2
8	Родо-видовые отношения между словами	2
9	Редактирование художественных и рекламных текстов	2
	ВСЕГО	18

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Индивидуальные задания по дисциплине «Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов» учебным планом не предусмотрены.

8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. Понятие «текст» и «дискус» в дефиниционном звучании.
2. Процесс журналистского и рекламного текстообразования в алгоритм «обрамлении»
3. Исторический аспект литературного редактирования смысл редактирования.
4. Ознакомительное чтение рукописи и рекламного материала.
5. Аналитическое чтение рукописи.
6. Редактирование имиджевого рекламного материала.
7. Работа редактора над логической основой композиции текста.
8. Определение правки как вида редакторской деятельности.
9. Типология правок. Правка –вычитка.
10. Правка – сокращение.
11. Правка – переделка.
12. Правка – обработка.
13. Публицистические стили газетно – журналистского издания. Редактирование текстов.
14. Примеры рекламных текстов. Редактирование с помощью корректорских знаков.
15. Художественно – публицистические и рекламные тексты под стилистическим микроскопом. Редактирование текстов печатной рекламной продукции.
16. Способы улучшения журналистских текстов.

9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет филологический**

<i>Направление подготовки:</i>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
<i>Профиль:</i>	
<i>Программа подготовки:</i>	бакалавриат
<i>Семестр</i>	6
<i>Учебная дисциплина</i>	Стилистика рекламных и PR-текстов

**МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
ВАРИАНТ №1**

**1. Исправьте предложения, в которых неправильно употреблены
коллокации. Если ли среди приведенных предложения без ошибок?**

1. В каждом слове журналиста звучала злобная ирония.
2. Волна забастовок прозвучала по всему району.
3. Президент компании развенчал опасения служащих.
4. Мероприятие приобрело политический характер.
5. Редактора схватило смятение: какой из вариантов выбрать?
6. Мысль о неотвратимости возмездия залезла в голову.
7. Для получения

выписки из домово́й книги необходимо указать квитанции об оплате. 8. Конгресс предъявил кандидатуру Джонса на пост президента.

2. Найдите и исправьте ошибки построения приведенных выражений.

Оказать впечатление
Кто-нибудь пришел
Играть значение
Начал бежать
Скорое будущее
Сильно молодой
Произвести влияние
В близком времени
Игратья с мячом
Когда-то расскажу

3. Продолжите синонимические ряды.

Работать
Житель
Положительный
Кардинально
Политик
Взятка

4. В приведенных ниже конструкциях из двух синонимов выберите тот, который соответствует контексту. Объясните выбор.

1. В этом сезоне певец стал (любимцем — фаворитом) публики.
2. В соответствии с изменившимися обстоятельствами мы должны (корректировать — исправить) наши планы.
3. Профессор стал настоящим (преподавателем — учителем) для многих поколений экономистов.

5. Исправьте текст, заменив некоторые из однокорневых слов синонимами.

Строители строили здание технопарка больше года. Здание поражало своими размерами. Строители применили новые строительные технологии. Они применили новые материалы. Строители из фирмы «Трансстрой» строили здание в три смены. В результате здание построили точно в срок.

6. Найдите, объясните и исправьте ошибки в предложениях.

1. В постановке «Гамлета» заглавную роль Офелии исполнила НН. 2. Мы несознательно воспринимаем двадцать пятый кадр и поддаемся влиянию представленной на нем информации. 3. С большой внимательностью слушали собравшиеся доклад НН. 4. Неделя высокой моды открылась показом работ моделиста НН. 5. В библиографический список по дисциплине «Английская классическая литература» включен роман Ч. Диккенса «Дом без сына».

7. Ответьте на следующие вопросы.

1. Как выразить значение высокой степени: *любовь горячая, а ненависть*
_____, *усилия* _____

, производительность _____, прибыль _____,
 _____, ущерб _____,
 связь _____, анализ _____.

2. Как выразить значение действия: вести работу,
 _____ ответственность, _____ прибыль,
 _____ убытки, _____ анализ,
 _____ прогноз, _____ учет

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № ____ от «__»
 _____ 20__ г.

Заведующая кафедрой
 Преподаватель

 И.М. Артамонова

 О.А. Капсамун

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	5
2	5
3	5
4	5
5	5
6	5
7	5
Всего	35

10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Теоретические вопросы к зачету

1. Определите разницу между понятием текста и дискурса, жанром и произведением.
2. Текстология – наука о текстах.
3. Основы профессионального общения редактора с автором
4. Саморедактирование: его необходимость и возможности.
5. Стилистические приемы газетно – журнальной речевой деятельности.
6. Ознакомительное чтение журналистской рукописи.
7. Аналитическое чтение журналистской деятельности.
8. Правка текста как вид редакторской деятельности.
9. Внутритекстовая правка.
10. Синтаксическая связность в журналистском тексте.
11. Общее замечание по работе редактора с логической основой текста.
12. Понятие корпуса журналистского текста.
13. Работа над композицией журналистского текста.
14. Процедура логического анализа и его единицы (типы).

15. Понятие отношений в журналистском тексте.
16. Этапы создания журналистского текста. Алгоритмизация процесса текстообразования.
17. Что такое нарратив? Охарактеризуйте другие функциональные типы речи.
18. Охарактеризуйте: а) правку - вычитку, б) правку – переделку; в) правку – сокращения; г) правку - переделку.
19. Публицистические стили; их место в журналистских текстах.
20. Стилистая манера газетных изданий.
21. Лексика мелиоративной семантики на страницах журналистских текстов.
22. Лексика нейротивной семантики на страницах газетно – журнальных изданий.
23. Редакторский анализ художественно – публицистических жанров.
24. Сущность и задачи редактирования художественно – публицистических жанров.
25. Роль компьютера в процессе редактирования.
26. Техническая сторона компьютерной журналистики.

11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

1. *Стиль это...*

- а) это особенность языка, проявляющаяся в отборе, сочетании и организации языковых средств в связи с задачами общения
- б) это такая функциональная разновидность языка, которая обслуживает сферу официальных деловых отношений преимущественно в письменной форме
- в) это функция языка, проявляющаяся в отборе слов

2. *Устойчивое по составу и структуре, лексически неделимое и целостное по значению словосочетание или предложение, выполняющее функцию отдельной лексемы.*

- а) художественный стиль
- б) фразеологическая единица
- в) стилистическая единица

3. *Это разновидности литературной речи (литературного языка), обслуживающие различные стороны общественной жизни.*

- а) фигурные стили
- б) функциональные стили
- в) многофункциональные стили

4. *Значение состоит в том, чтобы дать точное и ясное представление о научных понятиях.*

- а) публицистический стиль
- б) научный
- в) разговорный стиль

12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

*Распределение баллов, которые могут получить студенты
в процессе изучения дисциплины*

Организационно-	СРС	Всего
-----------------	-----	-------

учебная работа студента	Модульный контроль	100 баллов
Мах 65 баллов	max 35 баллов	

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной мультимедийной техникой и доской. Необходимо наличие:

- рабочих мест для студентов в соответствии с их количеством;
- ноутбука, видеопроектора, колонок.

Практические занятия проводятся в компьютерном классе, оборудованном компьютерами с лицензионным программным обеспечением, доступом к сети интернет, столами, доской

Библиотечные фонды.

14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
Основная литература			
1.	Беднарская, Л. Д. Современные технологии развития речи: спецкурс / Л. Д. Беднарская. - Москва: ФЛИНТА : Наука, 2015. - 190 с.	1	+
2.	Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты : коллективная монография / под ред. Г. Я. Солганика и др. - 3-е изд. - Москва : Флинта : Наука, 2016. - 267 с.	1	+
3.	Ильина, О. В. Риторика : краткий курс для журналистов / О. В. Ильина, Е. В. Каблуков, О. Ф. Автохутдинова ; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н.	1	+

	Ельцина. - 2-е изд. - Москва: Флинта ; Екатеринбург : Уральский университет, 2016. - 67 с.		
4.	Кайда, Л. Г. Эстетический императив интермедиального текста: лингвофилософская концепция композиционной поэтики / Л. Г. Кайда. - Москва: Флинта : Наука, 2016. - 127 с.	1	+
5.	Рахманин, Л. В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов: учебное пособие / Л. В. Рахманин. - 2-е изд. - Москва: Флинта : Наука, 2015. - 255 с.	1	+
6.	Филология и коммуникативные науки: учебное пособие по направлению подготовки 032700 - "Филология" / под общ. ред. А. А. Чувакина. - Москва: Флинта : Наука, 2015. - 495 с.	1	+
7.	Чернявская, В. Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса : учебное пособие / В. Е. Чернявская. - 5-е изд. - Москва : Флинта : Наука, 2018. – 201 с.	1	+
<i>Дополнительная литература</i>			
8.	Асташова, О.И. Критика речи: смысловые ошибки : учебно-методическое пособие / О. И. Асташова, О. С. Колясникова ; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Москва : Флинта ; Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2018. - 107 с.	1	+
9.	Баранов, А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика / А. Н. Баранов ; Российская академия наук, Институт рус. яз. им. В. В. Виноградова. - 6-е изд. - Москва : Флинта : Наука, 2018. - 591 с.	1	+
10.	Москвин, В. П. Теоретические основы стилистики: монография / В. П. Москвин. - 3-е изд. - Москва: Флинта : Наука, 2018. - 276, [1] с.	1	+

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. <https://www.twirpx.org/>
2. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php
3. <http://www.journ.msu.ru>
4. www.evartist.narod.ru
5. www.library.cjes.ru
6. www.mediasprut.ru

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского,

Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры журналистики с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от «____» _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____ И.М. Артамонова