

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра журналистики и массовых коммуникаций**

**Авторы-составители: Абашев Владимир Васильевич  
Власова Елена Георгиевна  
Масальцева Татьяна Николаевна**

Рабочая программа дисциплины

**УБЕЖДАЮЩИЕ ТЕКСТЫ И ОБРАЗЫ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Код УМК 96962

Утверждено  
Протокол №11  
от «21» мая 2021 г.

Пермь, 2021

## **1. Наименование дисциплины**

Убеждающие тексты и образы в массовой коммуникации

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « М.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **45.04.01** Филология

направленность Речевая коммуникация в медиасфере

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Убеждающие тексты и образы в массовой коммуникации** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**45.04.01** Филология (направленность : Речевая коммуникация в медиасфере)

**ПК.1** Способен организовать работу подразделения СМИ

**Индикаторы**

**ПК.1.1** Разрабатывает концепции авторских проектов

**ПК.1.2** Планирует и координирует деятельность подразделения СМИ

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	45.04.01 Филология (направленность: Речевая коммуникация в медиасфере)
<b>форма обучения</b>	заочная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	5,6
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	6
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	216
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	24
<b>Проведение лекционных занятий</b>	8
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	16
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	192
<b>Формы текущего контроля</b>	Защищаемое контрольное мероприятие (2) Итоговое контрольное мероприятие (1)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен (6 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Раздел 1. Маркетинг впечатлений**

Дисциплина посвящена исследованию структуры и функций убеждающих текстов как в контексте массовой коммуникации. Особое внимание уделяется таким направлениям рекламно-маркетинговой деятельности как маркетинг впечатлений и социальная реклама.

#### **Маркетинг впечатлений: ключевые понятия и подходы**

Раздел посвящен изучению маркетинга впечатлений как необходимой основы продвижения бренда.

#### **Поведенческо-психологические основы впечатлений в маркетинге**

Ключевые понятия – впечатления, удовольствия, ощущения и восприятие. Впечатления в содержательных и процессуальных теориях мотивации. Создание впечатлений: сенсорные каналы восприятия.

### **Раздел 2. Маркетинг впечатлений. Шоу**

Раздел посвящен изучению инструментов маркетинга впечатлений.

#### **Виды шоу**

Виды шоу: реальные шоу, фантазийные пространства, шоу, основанные на новейших видах рекламы; шоу на основе молвы и слухов; синтетические проекты. Шоу в интернете.

#### **Инструменты бизнеса в стиле шоу**

Бренд и шоу. Этапы реализации шоу. Жанр, сюжет, сценарий. Типы и локализация потребителя. Продвижение шоу. Интернет и маркетинг впечатлений. Реклама в продвижении шоу. Особенности составления бюджета. Команда исполнителей: роли и особенности взаимодействия.

#### **Внутреннее шоу: задачи, инструменты, методы, образ руководителя**

Бренд и внутренние шоу. Образ руководителя. Аудитория внутреннего шоу. Виды внутренних шоу. Исследование внутренней аудитории и оценивание эффективности внутреннего шоу. Бюджет внутренних шоу.

#### **Сферы применения маркетинга впечатлений**

Масштабы маркетинга впечатлений: от отдельной организации к культуре в целом. Бизнес в стиле шоу и политика. IT-бизнес и шоу. Ресторанный бизнес и маркетинг впечатлений. Мода и шоу. Музейная деятельность в стиле шоу.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Шамхалова, С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 140 с. — ISBN 978-5-394-03211-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/83154.html>
2. Белобрагин, В. В. Психология имиджа отечественного шоу-бизнеса : учебно-методическое пособие / В. В. Белобрагин. — Москва : Научный консультант, 2017. — 54 с. — ISBN 978-5-9909964-1-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/75142.html>

### Дополнительная:

1. Басовская, Е. Н. Стилистика и литературное редактирование : учебное пособие для вузов / Е. Н. Басовская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 211 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06922-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/473189>
2. Назайкин, Н. А. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография / Н. А. Назайкин. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. — 480 с. — ISBN 978-5-211-06202-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].  
<http://www.iprbookshop.ru/13128>

## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

<http://www.socreklama.ru/> Информационно-аналитическое агентство "Социальная реклама.ру"

<https://www.mosoblreclama.ru/states/home/aktualnye-novosti/1215-sotsialnaya-rekla> Социальная реклама. Закон. Эффективность. Примеры

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Образовательный процесс по дисциплине **Убеждающие тексты и образы в массовой коммуникации** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Для проведения лекционных занятий предусматривается аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы предусматривается аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Для занятий семинарского типа предусматривается компьютерный класс, оснащенный персональными ЭВМ и соответствующим программным обеспечением. Состав оборудования определен в Паспорте компьютерного класса.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий).

Доступ в режиме on-line в электронную библиотечную систему (ЭБС).

Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Убеждающие тексты и образы в массовой коммуникации**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ПК.1**

**Способен организовать работу подразделения СМИ**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.1.1</b> Разрабатывает концепции авторских проектов</p>	<p>Знает сущность и значимость проектной деятельности, умеет осуществлять руководство проектной деятельностью, владеет навыками разработки стратегических концепций и авторских проектов.</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает сущность и значимость проектной деятельности, не умеет осуществлять руководство проектной деятельностью, не владеет навыками разработки стратегических концепций и авторских проектов.</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>В целом знает сущность и значимость проектной деятельности, умеет осуществлять руководство проектной деятельностью, но допускает грубые ошибки, при консультативной поддержке владеет навыками разработки стратегических концепций и авторских проектов.</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>В целом знает сущность и значимость проектной деятельности, умеет осуществлять руководство проектной деятельностью, но допускает отдельные ошибки, владеет основными навыками разработки стратегических концепций и авторских проектов.</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Досконально знает сущность и значимость проектной деятельности, умеет осуществлять руководство проектной деятельностью, владеет навыками разработки стратегических концепций и авторских проектов.</p>
<p><b>ПК.1.2</b> Планирует и координирует деятельность подразделения СМИ</p>	<p>Знает спектр исследовательских, творческих задач, связанных с массовыми коммуникациями, умеет выявлять задачи, связанных с массовыми коммуникациями, определять их приоритетность.</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает спектр исследовательских, творческих задач, связанных с массовыми коммуникациями, не умеет выявлять задачи, связанных с массовыми коммуникациями, определять их приоритетность, не владеет навыками координации ресурсов для</p>

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
	<p>Владеет навыками координации ресурсов для решения исследовательских, творческих задач, связанных с массовыми коммуникациями.</p>	<p><b>Неудовлетворител</b> решения исследовательских, творческих задач, связанных с массовыми коммуникациями.</p> <p><b>Удовлетворительн</b> Знает отдельные исследовательские, творческие задачи, связанные с массовыми коммуникациями, умеет выявлять задачи, связанных с массовыми коммуникациями, определять их приоритетность, но допускает грубые ошибки, при консультативной поддержке владеет навыками координации ресурсов для решения исследовательских, творческих задач, связанных с массовыми коммуникациями.</p> <p><b>Хорошо</b> Знает основные исследовательские, творческие задачи, связанные с массовыми коммуникациями, умеет выявлять задачи, связанных с массовыми коммуникациями, определять их приоритетность, но допускает отдельные ошибки, в целом владеет навыками координации ресурсов для решения исследовательских, творческих задач, связанных с массовыми коммуникациями.</p> <p><b>Отлично</b> Знает спектр исследовательских, творческих задач, связанных с массовыми коммуникациями, умеет выявлять задачи, связанных с массовыми коммуникациями, определять их приоритетность, владеет навыками координации ресурсов для решения исследовательских, творческих задач, связанных с массовыми коммуникациями.</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации : Не предусмотрено**

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>ПК.1.2</b> Планирует и координирует деятельность подразделения СМИ <b>ПК.1.1</b> Разрабатывает концепции авторских проектов	Поведенческо - психологические основы впечатлений в маркетинге <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Знание, умение и навык использования психологических приемов производства впечатления

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Поведенческо - психологические основы впечатлений в маркетинге

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
При защите проектов-презентаций успешных бизнес-кампаний в стиле шоу студент демонстрирует знание поведенческо-психологических основ полученных потребителями впечатлений, умение обоснованно анализировать поведенческо-психологические эффекты бизнес-кампаний, владение навыками убедительной презентации собственных экспертных оценок	30
При защите проектов-презентаций успешных бизнес-кампаний в стиле шоу студент демонстрирует основные знания поведенческо-психологических основ полученных потребителями впечатлений, умение анализировать основные поведенческо-психологические эффекты бизнес-кампаний, владение навыками презентации собственных экспертных оценок	23
При защите проектов-презентаций успешных бизнес-кампаний в стиле шоу студент демонстрирует отдельные знания поведенческо-психологических основ полученных потребителями впечатлений, умение анализировать отдельные поведенческо-психологические эффекты бизнес-кампаний, владение навыками презентации собственных экспертных оценок	14
При защите проектов-презентаций успешных бизнес-кампаний в стиле шоу студент демонстрирует незнание поведенческо-психологических основ полученных потребителями впечатлений, неумение анализировать поведенческо-психологические эффекты бизнес-кампаний, отсутствие навыков презентации собственных экспертных оценок	12

**Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен**

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках**

промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов : 100**

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>ПК.1.2</b> Планирует и координирует деятельность подразделения СМИ <b>ПК.1.1</b> Разрабатывает концепции авторских проектов	Инструменты бизнеса в стиле шоу <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Знание, умение и навык использования инструментов бизнеса в стиле шоу
<b>ПК.1.2</b> Планирует и координирует деятельность подразделения СМИ <b>ПК.1.1</b> Разрабатывает концепции авторских проектов	Сферы применения маркетинга впечатлений <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	Знание, умение и навык применения развлечения в публичной коммуникации

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Инструменты бизнеса в стиле шоу

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
При защите презентаций собственного бизнес-проекта студент демонстрирует уверенные знания инструментов и способов бизнеса в стиле шоу, умение анализировать инструменты ведения бизнес-кампаний в стиле шоу, владение навыками презентации и защиты собственного проекта в стиле шоу	30
При защите презентации собственного бизнес-проекта студент демонстрирует основные знания инструментов и способов бизнеса в стиле шоу, умение анализировать основные инструменты ведения бизнес-кампаний в стиле шоу, владение навыками презентации и защиты собственного проекта в стиле шоу	23
При защите презентации собственного бизнес-проекта студент демонстрирует отдельные знания	14

инструментов и способов бизнеса в стиле шоу, умение анализировать отдельные инструменты ведения бизнес-кампаний в стиле шоу, владение навыками презентации и защиты собственного проекта в стиле шоу	
При защите презентации собственного бизнес-проекта студент демонстрирует отсутствие знания инструментов и способов бизнеса в стиле шоу, умения анализировать инструменты ведения бизнес-кампаний в стиле шоу, владения навыками презентации и защиты собственного проекта в стиле шоу	13

### **Сферы применения маркетинга впечатлений**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
При защите проекта-презентации собственного проекта бизнеса в стиле шоу студент демонстрирует знание сфер ведения бизнеса в стиле шоу, а также специфики таких кампаний в разных сферах бизнеса, умение анализировать существующий опыт ведения бизнеса в стиле шоу в конкретной сфере, владение навыками применения знаний о специфике бизнес-проектов в разных сферах при разработке собственных бизнес-идей	40
При защите проекта-презентации собственного проекта бизнеса в стиле шоу студент демонстрирует знание основных сфер ведения бизнеса в стиле шоу, а также специфики таких кампаний в разных сферах бизнеса, умение анализировать основные примеры ведения бизнеса в стиле шоу в конкретной сфере, владение навыками применения основных знаний о специфике бизнес-проектов в разных сферах при разработке собственных бизнес-идей	30
При защите проекта-презентации собственного проекта бизнеса в стиле шоу студент демонстрирует знание отдельных сфер ведения бизнеса в стиле шоу, а также специфики таких кампаний в разных сферах бизнеса, умение анализировать отдельные примеры ведения бизнеса в стиле шоу в конкретной сфере, владение навыками применения отдельных знаний о специфике бизнес-проектов в разных сферах при разработке собственных бизнес-идей	17
При защите проекта-презентации собственного проекта бизнеса в стиле шоу студент демонстрирует отсутствие знаний о сферах ведения бизнеса в стиле шоу, а также специфики таких кампаний в разных сферах бизнеса, умения анализировать опыт ведения бизнеса в стиле шоу в конкретной сфере, владения навыков применения знаний о специфике бизнес-проектов в разных сферах при разработке собственных бизнес-идей	15