

## АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины

### **Б1.В.ДВ.01.02 «Основы копирайтинга и рерайтинга»**

**Направление подготовки/специальность:** 45.04.01 Филология  
профиль «Текст в различных профессиональных сферах: создание и аналитика»

**Объем трудоемкости:** 3 з.е. (108 ч., из них – 34 ч. аудиторной нагрузки: лекционных 16 ч., практических 18 ч.; контактной работы: 0,2 ч. ИКР; 73,8 ч. самостоятельной работы)

**Цель дисциплины:** рассмотрение одного из аспектов филологического анализа текста СМИ в широком смысле – особенности построения и манипулятивные технологии.

#### **Задачи дисциплины:**

- 1) осмысление медиатекста как сложного структурного единства, обладающего вербально выраженным содержанием и визуальным оформлением;
- 2) рассмотреть виды манипулятивных приемов и их функционирование в конкретном медиадискурсе;
- 3) проанализировать медиатексты с точки зрения особенностей порождения (лексические, грамматические, сюжетно-образные, ритмико-звуковые особенности).

#### **Место дисциплины в структуре ООП ВО.**

Дисциплина «Основы копирайтинга и рерайтинга» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана.

Данная дисциплина предназначена для магистрантов направления Филология профиль «Текст в различных профессиональных сферах: создание и аналитика». Дисциплина преподается во 2 семестре 1 курса.

Необходимыми условиями для усвоения дисциплины являются знания основных разделов курса «Корректурa и редактирование текстов различных типов», «Интернет-дискурс: виды сетевых текстов».

Данный лекционный курс имеет **профессионально-педагогическую направленность (Б1)**.

Знания, полученные при изучении дисциплины «Основы копирайтинга и рерайтинга» являются необходимыми для подготовки магистра и его дальнейшей профессиональной деятельности.

#### **Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: *ПК-7, ПК-8, ПК-9*.

#### **Основные разделы дисциплины:**

1. СМИ как уникальное языковое поле.
2. Лингвомедийные свойства СМИ.
3. Текстовые категории медиатекста.
4. Текстовые категории, выполняющие функцию воздействия.

**Курсовые работы:** не предусмотрены.

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** зачет.

**Автор:** канд. филол. наук, доц. С.Г. Буданова.