

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

---

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.08.03 Введение в лингвомаркетинг**  
(наименование дисциплины/модуля)

---

**Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
(код и наименование направления подготовки/специальности)

---

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Связи с общественностью**  
(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

---

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.08.03 «Введение в лингвомаркетинг» является формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции маркетинговых продуктов, создания рекламных образов, содержания текстов маркетинговых коммуникаций (рекламных и PR-сообщений) и их вербально-визуального художественно-творческого воплощения.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.08.03 «Введение в лингвомаркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
		УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;
		УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;
		УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;
		УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;
		УК-3.6. Участвует в командной работе по выполнению поручений.
УК-4	Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневно-бытовой,	УК-4.2. Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;
		УК-4.3. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках;
		УК-4.4. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский и обратно;
		УК-4.5. Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции;
		УК-4.6. Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки;

<b>Шифр</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)</b>
	социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения.	УК-4.7. Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности. УК-4.2. Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.03 «Введение в лингвомаркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.08.03 «Введение в лингвомаркетинг».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики*</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики*</b>
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Основы теории коммуникации Социология Основы менеджмента Основы интегрированных коммуникаций в рекламе Курсовая работа «Основы интегрированных коммуникаций»	Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация
УК-4	Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой	Основы речевой коммуникации Основы риторики Иностранный язык/ Русский язык как иностранный	Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневно-бытовой, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения.		

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.08.03 «Введение в лингвомаркетинг» составляет 4 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		5			
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34	34			
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17	17			
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	17			
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	92	92			
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18	18			
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>144</b>	<b>144</b>		
	зач.ед.	<b>4</b>	<b>4</b>		

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Специфика лингвомаркетинга	Тема 1.1. Лингвомаркетинг: понятие, сущность, направления, цели, задачи, основные разделы	ЛК
	Тема 1.2. Специфика создания текстов маркетинговых коммуникаций в рекламе и PR	ЛК, СЗ
Раздел 2. Рекламный образ в маркетинговых коммуникациях	Тема 2.1. Специфика образной системы в маркетинговых коммуникациях. Рекламный образ как центральное понятие лингвомаркетинга	ЛК
	Тема 2.2. Языковые средства создания рекламного образа. Технологии разработки	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	рекламного образа. Анализ рекламного образа	
Раздел 3. Нейминг как основа лингвомаркетинга	Тема 3.1. Бренд-нейм как средство создания образа в коммуникации	ЛК, СЗ
	Тема 3.2. Профессиональная разработка имени бренда	СЗ
Раздел 4. Текст маркетинговых коммуникаций: способы создания	Тема 4.1. Рекламный и PR- тексты: структура, основные особенности. Тексты маркетинговых коммуникаций в Интернете.	ЛК
	Тема 4.2. Текстовые единицы маркетинговых коммуникаций. Заголовок и слоган как основные элементы текстов маркетинговых коммуникаций. Сайт компании как текст маркетинговых коммуникаций	ЛК, СЗ
Раздел 5. Практика лингвомаркетинга	Тема 5.1 Языковые аспекты маркетинга. Основные подходы к разработке текстов маркетинговых коммуникаций	ЛК, СЗ
	Тема 5.2. Лингвистический анализ текстов маркетинговых коммуникаций	СЗ

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных	демонстрационное оборудование:

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной настольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной настольный).

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Введенская, Л.А. Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов для бакалавров и магистрантов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. – 539 с. – (Высшее образование).
2. Земская Ю.Н. Общая риторика и спичрайтинг / Ю.Н. Земская, Е.А. Кузнецова. – М.: РУДН, 2017. – 272 с.
3. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования / Н.Г. Иншакова. – М.: ЗАО Изд-во «Аспект Пресс», 2018. – 256 с.
4. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация / Е.В. Медведева. – М.: Ленанд, 2016. – 304 с.
5. Музыкант В.Л., Скнарев Д.С. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда): монография / В.Л. Музыкант, Д.С. Скнарев. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 270 с.
6. Овруцкий А.В. Рекламный образ: инструкция по применению. Стиль, представление, культура / А.В. Овруцкий. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2020. – 164 с.
7. Широкова Е.В. Стилистика PR-текстов: учеб. пособ. / Е.В. Широкова. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2017. – 232 с.
8. Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. Интернет-журналистика и интернет-реклама: учебное пособ. / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – М.: Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с.
9. Шуйская Ю.В. Композиция и структура речи [Текст/электронный ресурс]: монография / Ю.В. Шуйская. – Электронные текстовые данные. – М.: Изд-во РУДН, 2015. – 320 с. – Режим доступа: [http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn\\_FindDoc&id=444201&idb=0](http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=444201&idb=0).
10. Ягодкина М.В. Реклама в коммуникационном процессе: учеб. пособ. / М.В. Ягодкина, А.А. Иванова, М.М. Сластушинская. – СПб.: Питер, 2014. – 304 с.

*Дополнительная литература:*

1. Аникина А.Б. Образное слово в художественном и публицистическом произведении. Вопросы стилистики текста / А.Б. Аникина. – М.: Изд-во «ВК», 2005. – 216 с.
2. Баркович А.А. Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация: учеб. пособ. / А.А. Баркович. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2017. – 288 с.
3. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие / С.Н. Бердышев. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2020. – 120 с.
4. Дзялошинский И.М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун. – М.: Изд-во Юрайт, 2019. – 345 с.
5. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2018. – 328 с.
6. Колесниченко А.В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов / А.В. Колесниченко. – М.: Изд-во Юрайт, 2017. – 292 с.
7. Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью: мет. указания / сост. Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – 49 с.
8. Копирайтинг: 7+. Как создавать тексты для литературы, кино, рекламы, СМИ, деловых коммуникаций, PR и SEO: учебное пособ. / Назайкин А.Н. – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2017. – 314 с.
9. Копирайтинг: XXI век. Как создавать современные тексты: учеб. пособ. / Назайкин А.Н. – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2017. – 316 с.
10. Кувшинская Ю.М. Академическое письмо. От исследования к тексту: учебник и практикум для бакалавриата / Ю.М. Кувшинская, Н.А. Завахина, Я.Э. Охупкина, Е.И. Гордиенко. – М.: Юрайт, 2019.
11. Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста: колл. моногр. / под ред. Е.Г. Борисовой, Л.Г. Викуловой. – М.: Флинта: Наука, 2020. – 164 с.
12. Музыкант В.Л. Бренд-технологии в маркетинговых коммуникациях / В.Л. Музыкант, Д.С. Скнарев, А.Б. Череднякова. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2016. – 147 с.
13. Нейминг в системе маркетинговых коммуникаций: мет. указания / сост. Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2012. – 48 с.
14. Основы теории коммуникации: метод. указания по проведению практических занятий / сост. Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. Центр ЮУрГУ, 2015. – 33 с.
15. Скнарев Д.С. Словарь образов современной рекламы / Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2015. – 111 с.
16. Скнарев Д.С. Фразеологизмы с компонентами-соматизмами в рекламном дискурсе: проблемы семантики и прагматики / Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2013. – 168 с.
17. Скнарев Д.С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: маркетинговый аспект / Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – 191 с.
18. Скнарев Д.С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: семантико-прагматический аспект / Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – 248 с.
19. Слободянюк Э.П. Клад для копирайтера. Технология создания захватывающих текстов / Э.П. Слободянюк. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
20. Современный медиатекст: учеб. пособ. / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. – 416 с.
21. Чумиков А.Н., Горошко Е.И., Корнев М.С. PR, реклама, журналистика в Интернете: теория и практика: учеб. пособ. / А.Н. Чумиков, Е.И. Горошко, М.С. Корнев. – М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2019. – 239 с.

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Введение в лингвомаркетинг».
2. «Введение в лингвомаркетинг: методические указания по проведению практических занятий»

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.08.03 «Введение в лингвомаркетинг» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины. <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=8425>

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Доцент, кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

**Осмоловская А.В.**

Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

**Трубникова Н.В.**

Фамилия И.О.