

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 10.04.2026 09:47:58
Уникальный программный ключ:
b60019126a3f15cfd49eff4247dfc09aa2f09f7a

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Университетский колледж»
(АНО ПО «Университетский колледж»)**

УТВЕРЖДЕНО:

Исполнительный директор АНО ПО
«Университетский колледж»

Краюшкина М.В.

«30» марта 2026



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины общего профессионального цикла

ОП.05 СТИЛИСТИКА И ЖАНРЫ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

по специальности среднего профессионального образования

38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность

(код, наименование специальности)

Квалификация выпускника: Специалист конгрессно-выставочной деятельности

Москва, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины общего профессионального цикла разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 38.02.09 Конгрессно-выставочная деятельность, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 30.06.2025 № 503, зарегистрированного в Минюсте России 23.07.2025 №83048.

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Университетский колледж» (АНО ПО «Университетский колледж»)

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**Ошибка! Закладка не определена.**
 - 1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы..... **Ошибка! Закладка не определена.**
 - 1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
- 2.1. Трудоемкость освоения дисциплины
- 2.2. Примерное содержание дисциплины
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ
- 3.1. Материально-техническое обеспечение.....
- 3.2. Учебно-методическое обеспечение
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.05 Стилистика и жанры рекламного текста»

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «Стилистика и жанры рекламного текста»: формирование навыков подготовки текстов различных жанров рекламы с учетом стилистической дифференциации языковых средств.

Дисциплина «Стилистика и жанры рекламного текста» включена в обязательную часть общепрофессионального цикла образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ПОП).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен¹:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке	правила построения устных сообщений	-
ОК 09	писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности	-
ПК 1.3	разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях;	методы разработки рекламных и информационных текстов; этические нормы профессиональной деятельности	подготовки текстового и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки, в том числе обработки материалов для обеспечения правильности

¹ Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

	определять актуальные темы публикаций о торгово-промышленных выставках для целевой аудитории		приводимых цитат, имен, цифр и фактических данных; подготовки текстов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях
ПК 2.1	определять актуальные темы и разрабатывать информационные материалы о конгрессных мероприятиях	методы разработки рекламных и информационных текстов	подготовки информации и иллюстративного материала для включения в презентационные и маркетинговые материалы конгрессных мероприятиях; подготовки текстов и иллюстративных материалов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	82
в т. ч.:	
теоретическое обучение	32
практические занятия	32
<i>Самостоятельная работа</i>	-
<i>Консультации</i>	-
Промежуточная аттестация	18

2.2. Примерное содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий	Количество часов
Раздел 1. Основы стилистики (32)		
Тема 1.1. Система функциональных стилей	Содержание	
	Стилистика как наука. Система стилей современного русского литературного языка. Взаимопроникновение функциональных стилей. Жанровое своеобразие	6
	В том числе практических занятий	
	Система стилей современного русского литературного языка.	2
Тема 1.2. Лексическая стилистика	Содержание	
	Лексика и фразеология как материал для создания текста. Синонимия и вариантность. Многозначные слова и тропы. Омонимия: сложности и возможности использования. Стилистическая коннотация. Стилистическая сочетаемость	6
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Стилистические возможности лексики русского языка	4
Тема 1.3. Грамматическая стилистика	Содержание	
	Стилистическое использование частей речи. Синтаксическая стилистика. Соблюдение грамматических норм современного русского языка.	6
	В том числе практических занятий	
	Стилистика частей речи	4
	Синтаксическая стилистика	4
Раздел 2. Рекламные жанры (32)		
Тема 2.1. Рекламный текст	Содержание	
	Рекламный текст и его типологические особенности. Структура и композиция рекламного текста. Требования к рекламному тексту. Особенности использования функциональных стилей в зависимости от тематики, вида, жанра и размещения рекламного произведения, а также целевой аудитории. Языковые средства и стилиевые приемы, используемые при создании рекламного текста. Семиотика текста. Рекламный текст как средство информационно-психологического воздействия. Этические нормы при составлении рекламного текста.	8
	В том числе практических занятий	
	Рекламный текст и его типологические особенности	4
	Структура и композиция рекламного текста	4

	Языковые средства и стилиевые приемы, используемые при создании рекламного текста	4
Тема 2.2. Подготовка PR-текстов разных жанров	Содержание	
	Основные жанры PR-текста. Пресс-релиз и пост-релиз как основные информационные жанры PR. Пресс-релиз: виды, структура, особенности написания. Пост-релиз: цель, структура, основные правила написания. Языковые особенности рекламного текста. Особенности языка рекламного заголовка	6
	В том числе практических занятий	
	Пресс-релиз: виды, структура, особенности написания.	4
	Пост-релиз: цель, структура, основные правила написания.	2
Промежуточная аттестация		18
Всего		82

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет общепрофессиональных дисциплин и МДК (по БТИ 26):

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- столы ученические - 16 шт.;
- стулья ученические - 32 шт.;
- доска ученическая - 1 шт.;
- компьютер - 1 шт.;
- телевизор - 1 шт.;
- наглядные пособия - 32 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 32 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 514 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10539-1. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/542275>
2. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 185 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13318-9. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/545354>

3. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 124 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-18702-1. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/545398>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - правил построения устных сообщений; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности методы разработки рекламных и информационных текстов; этические нормы профессиональной деятельности <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; - разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях; - определять актуальные темы публикаций о торгово-промышленных выставках для целевой аудитории и разрабатывать информационные материалы о конгрессных мероприятиях 	<p>Знает правила построения устных сообщений; правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>методы разработки рекламных и информационных текстов; этические нормы профессиональной деятельности</p> <p>Умеет грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений для размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и деловых изданиях; определять актуальные темы публикаций о торгово-промышленных выставках для целевой аудитории и разрабатывать информационные материалы о конгрессных мероприятиях.</p>	<p>Проведение фронтального и индивидуального опроса; тестирование по темам курса; выполнение и защита рефератов, презентаций; решение практико-ориентированных (ситуационных) заданий; экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающихся при выполнении и защите результатов практических заданий; промежуточная аттестация.</p>