

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

Рассмотрено и одобрено на заседании
кафедры Технологий сервиса и деловых
коммуникаций Академии ИМСИТ,
протокол №8 от 19 марта 2018 года,
зав. кафедрой, доцент



Н.И. Севрюгина

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
ДЛЯ
ДОКУМЕНТОВ
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор


Н.Н. Павелко

Б1.Б.25 «ИНТЕРТЕКСТ И БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА»

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Квалификация
Бакалавр

Краснодар
2018

<p>Цель и задачи изучения дисциплины:</p>	<p>Цели дисциплины: дать объективное представление о явлении интертекстуальности в рекламной деятельности; формировать и аргументировать свою точку зрения на интертекстуальные процессы посредством изучения и анализа интертекстов в библиотечном и Интернет - вариантах; выявлять интертекст, претекст, посттекст, субтекст, гипертекст, контекст в художественных произведениях, используя для этого систему Интернет; использовать при анализе художественных произведений интертекстуальный метод исследования, стимулировать развитие интеллектуально-творческого потенциала.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дать объем информации литературоведческого характера, связанного с интертекстуальным методом анализа художественного произведения; – научить использовать информацию по применению системы Интернет для выявления и отбора интертекстов художественного произведения; – -ознакомить студентов с рядом полемических точек зрения по различным интертекстуальным проблемам, научить вырабатывать и доказывать свою позицию; – развить информационную культуру, сформировать профессиональные компетенции, необходимые для эффективного осуществления учебной, научной и познавательной деятельности, успешной самореализации в условиях информационного общества; – отработать алгоритмы информационного поиска в полнотекстовых и библиографических базах данных по разным типам запросов, научить свободно ориентироваться в информационном пространстве библиотеки; – ознакомить с правилами библиографического описания печатных и электронных документов; – формировать у студентов умения и навыки по информационному самообеспечению их учебной и научно-исследовательской деятельности; – подготовить обучающихся к успешному освоению основной профессиональной образовательной программы направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<p>Тема 1. Предмет и задачи курса, цели интертекстуального метода исследования. Понятие интертекстуальности. Тема 2. Понятие об интертексте и Интернете. Первооснова литературы. Тема 3. Интертекст и Интернет: постановка проблемы в 21 веке. Тема 4.Интертекст как основной вид и способ построения художественного текста в искусстве модернизма и</p>

	<p>постмодернизма. Тема 5 . Функции интертекста. Типология интертекстуальности. Тема 6. Электронно-библиотечные ресурсы. Тема 7.Справочно-поисковый аппарат библиотеки. Электронный каталог ма 8. Библиографическое оформление результатов поиска информации. Библиографическое описание документов.</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p>	<p>способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5) владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15) способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16)</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику художественного текста и художественного образа литературы классического и неклассического периодов литературного развития; – содержание, генезис и эволюцию основных категорий постструктуралистского направления в литературоведении XX века и в настоящее время относительно проблемы интертекста и такого качества текста, как интертекстуальность; – основы явления интертекстуальности в современном литературном процессе и методику применения в профессиональной деятельности; – особенности работы в различных электронно-библиотечных системах; – алгоритм поиска информации в электронных полнотекстовых и библиографических базах данных; – правила библиографического описания печатных и электронных документов; – правила составления библиографического списка литературы – основы анализа рекламных текстов с использованием интертекстуального метода исследования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать художественный текст в плане проявленности в нем литературных подтекстов различного типа (по классификации К. Тарановского); – характеризовать художественные тексты, принадлежащие к различным художественным эпохам, к различным типам художественности, с точки зрения их ориентированности на «чужое слово» (Бахтин); – собирать, структурировать и излагать (письменно и устно) материал по проблемам интертекстуального изучения литературы, ориентироваться в современной научно-исследовательской литературе по

	<p>вопросам интертекстуального изучения литературы, сопоставлять позиции исследователей;</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять при анализе художественного произведения интертекст, отстаивать литературную традицию и трактовать современные подходы к решению проблем интертекстуального метода в литературе при решении профессиональных задач; – анализировать интертекстуальные единицы современного языка в сопоставительном и диахроническом аспектах при разработке рекламных текстов; – самостоятельно и свободно выявлять интертекст в поисковых Интернет - системах, использовать метод интертекстуального исследования с помощью поисковых Интернет - систем и применять на практике различные приемы филологического анализа интертекстов, интерпретировать тексты; – анализировать структуру и содержание текста, в частности, для усиления коммуникативной коммерческой эффективности издательского проекта; – уметь пользоваться справочно-поисковым аппаратом библиотеки: системой каталогов, картотек, автоматизированными базами данных; – ориентироваться в многообразии представленных сетевых электронных ресурсов; – использовать информационные ресурсы библиотеки в образовательном и научном процессах; – способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использования терминологии дисциплины; – способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; – базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; – навыками литературоведческого анализа текста; – методологией постструктуралистского интертекстуального подхода к художественному тексту; – методами анализа текста (структурным, типологическим, герменевтическим и др.); – базовыми методами и приемами интертекстуального анализа, навыками библиографического поиска в поисковых системах Интернет; – информационно-библиографической культурой; – навыками самостоятельного и грамотного поиска информации в различных источниках, предоставляемых библиотекой;
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> – знаниями об электронно-библиотечных системах и других электронных библиотечных ресурсах; – навыком анализа и обобщения историко-литературного и литературоведческого материала; – навыком публичного выступления с защитой результатов своей учебной и исследовательской работы; – способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований.
Формы проведения занятий, образовательные технологии:	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
Формы промежуточного контроля:	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
Общая трудоемкость изучения дисциплины:	108ч./3 з.е.
Форма итогового контроля знаний:	зачет