

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт филологии и межкультурной коммуникации
Высшая школа зарубежной филологии и межкультурной коммуникации им. И.А. Бодуэна де Куртенэ



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной деятельности КФУ

 Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Лингвистика в маркетинге

Направление подготовки: 45.04.02 - Лингвистика

Профиль подготовки: Лингвистика медиапространства (с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. Гурьянов И.О. (кафедра романо-германской филологии, Высшая школа зарубежной филологии и межкультурной коммуникации им И А Бодуэна де Куртенэ), IOGuryanov@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3	Способен осуществлять планирование и реализацию стратегий интернет-информирования и продвижения с помощью создания функциональных текстов на русском языке и осуществлять грамотный перевод необходимых материалов на английский язык с сохранением прагматического аспекта
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- Основные понятия маркетинга
- Роль лингвистики в маркетинге
- Основные инструменты воздействия языка в маркетинге

Должен уметь:

- Использовать лингвистические средства выразительности для описания продукта маркетинга
- Использовать лингвистические правила построения текста для маркетинга
- Использовать лингвистические средства для написания промоотирующих текстов

Должен владеть:

- Приемами создания информативных текстов
- Приемами создания продающих текстов
- Приемами создания маркетинговых текстов

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.08 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 45.04.02 "Лингвистика (Лингвистика медиапространства (с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий))" и относится к части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 3 курсе в 5 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 15 часа(ов), в том числе лекции - 4 часа(ов), практические занятия - 10 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 1 часа(ов).

Самостоятельная работа - 53 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 4 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 5 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Самостоятельная работа
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практические занятия, всего	Практические в эл. форме	Лабораторные работы, всего	Лабораторные в эл. форме	
N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практические занятия, всего	Практические в эл. форме	Лабораторные работы, всего	Лабораторные в эл. форме	Самостоятельная работа
1.	Тема 1. Основные понятия маркетинга	5	2	0	3	0	0	0	20
2.	Тема 2. Требования к тексту со стороны маркетинга	5	1	0	3	0	0	0	20
4.2	Содержание дисциплины (модуля)								
Тема 3.	Приемы создания грамотных текстов с точки зрения маркетинга	5	1	0	4	0	0	0	13
1.	Введение в лингвистику в маркетинге и ее значение в современном мире.								
2.	Основные принципы языковой обработки информации в маркетинге.			0	10	0	0	0	53
3.	Языковые особенности рекламных текстов и их влияние на потребителя.								
4.	Роль языка в формировании бренда и имиджа компании.								
5.	Технологии лингвистического анализа рекламных текстов.								

Практические занятия:

Тема 2. Требования к тексту со стороны маркетинга

1. Анализ рекламных текстов с помощью лингвистических инструментов.
2. Создание эффективных слоганов и рекламных текстов.
3. Разработка стратегии языкового брендинга компании.
4. Анализ и корректировка рекламных текстов конкурентов.
5. Создание рекламных текстов на основе семантического ядра. Разработка стратегии использования языка для формирования имиджа компании.

Тема 3. Приемы создания грамотных текстов с точки зрения маркетинга

1. Анализ и корректировка рекламных текстов своей компании.
2. Создание эффективных рекламных текстов для своей компании.
3. Анализ рекламных текстов конкурентов и разработка стратегии более эффективной рекламы.
4. Создание рекламных текстов на основе семантического ядра для продвижения товаров и услуг.
5. Разработка стратегии использования языка для формирования имиджа компании.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99б/ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Инструменты маркетолога - <https://mindbox.ru/tools/>

Инфографика - <https://infogram.com>

Проверка текста на уникальность - <https://advego.com>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Лингвистика в маркетинге - это предмет, который объединяет в себе знания лингвистики и маркетинга. Важно понимать, что язык играет огромную роль в маркетинге, и правильно использованный язык может значительно повысить эффективность рекламы и продаж.</p> <p>Лекции:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Введение в лингвистику в маркетинге и ее значение в современном мире. 2. Основные принципы языковой обработки информации в маркетинге. 3. Языковые особенности рекламных текстов и их влияние на потребителя. 4. Роль языка в формировании бренда и имиджа компании. 5. Технологии лингвистического анализа рекламных текстов.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Практические занятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ рекламных текстов с помощью лингвистических инструментов. 2. Создание эффективных слоганов и рекламных текстов. 3. Разработка стратегии языкового брендинга компании. 4. Анализ и корректировка рекламных текстов конкурентов. 5. Создание рекламных текстов на основе семантического ядра.
самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ и корректировка рекламных текстов своей компании. 2. Создание эффективных рекламных текстов для своей компании. 3. Анализ рекламных текстов конкурентов и разработка стратегии более эффективной рекламы. 4. Создание рекламных текстов на основе семантического ядра для продвижения товаров и услуг. 5. Разработка стратегии использования языка для формирования имиджа компании.
зачет	<p>Зачет:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ и корректировка рекламных текстов с помощью лингвистических инструментов. 2. Создание эффективных рекламных текстов для своей компании. 3. Анализ рекламных текстов конкурентов и разработка стратегии более эффективной рекламы. 4. Создание рекламных текстов на основе семантического ядра для продвижения товаров и услуг. 5. Разработка стратегии использования языка для формирования имиджа компании. <p>Важно проводить практические занятия с использованием реальных примеров рекламных текстов, чтобы студенты могли лучше понимать, как применять лингвистические инструменты на практике. Необходимо обучать студентов созданию эффективных слоганов и рекламных текстов, а также разработке стратегии языкового брендинга компании. В зачете следует проверять не только знания теории, но и практические навыки создания рекламных текстов и разработки стратегии рекламы.</p>

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 45.04.02 "Лингвистика" и магистерской программе "Лингвистика медиапространства (с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)".

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.08 Лингвистика в маркетинге*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 45.04.02 - Лингвистика

Профиль подготовки: Лингвистика медиапространства (с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

1. Балахонская, Л. В. Лингвистика речевого воздействия и манипулирования : учебное пособие / Л. В. Балахонская, Е. В. Сергеева. - 5-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2020. - 352 с. - ISBN 978-5-9765-2232-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1815980> (дата обращения: 12.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2017. - 284 с. - DOI: <https://doi.org/10.12737/17067>. - ISBN 978-5-16-105904-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/910391> (дата обращения: 12.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

2. Маркетинговая лингвистика. Закономерности продвигающего текста : монография / под ред. Е. Г. Борисовой, Л. Г. Викуловой. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 164 с. - ISBN 978-5-9765-3987-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1862911> (дата обращения: 12.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

3. Лингвистика речи. Медиалингвистика [Электронный ресурс]: колл. монография, посвященная 80-летию профессора Г.Я. Солганика. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2013. - 528 с. - ISBN 978-5-9765-1466-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/462769> (дата обращения: 12.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Лингвистика информационно-психологической войны. Книга III : монография / А. А. Бернацкая, Ю. А. Горностаева, И. В. Евсеева [и др.] ; под ред. проф. А. П. Сковородникова. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2020. - 344 с. - ISBN 978-5-7638-4299-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1830728> (дата обращения: 12.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

2. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 269 с. + Доп. материалы[Электронный ресурс]. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014219-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1891781> (дата обращения: 12.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

3. Уржа, А. В. Первый план и фон в повествовательном тексте: нарратология, лингвистика, когнитивные исследования, переводоведение : монография / А. В. Уржа. - Москва : Флинта, 2022. - 288 с. - ISBN 978-5-9765-5076-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1943557> (дата обращения: 12.08.2023). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.08 Лингвистика в маркетинге*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 45.04.02 - Лингвистика

Профиль подготовки: Лингвистика медиапространства (с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.