



**УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ  
«Редактирование журналистского и рекламного текстов»**

<b>Цель</b>	систематизация и углубление профессиональных знаний, освоение новых знаний, обеспечивающих совершенствование профессиональных компетенций в профессиональной деятельности.
<b>Категория слушателей</b>	руководители испытательных лабораторий, лаборанты, сотрудники, работающие с измерениями и исследованиями.
<b>Срок проведения подготовки</b>	72 часа
<b>Форма подготовки</b>	очно-заочная с использованием дистанционных образовательных технологий
<b>Режим занятий</b>	6 часов в день

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Всего часов	Лекции	Практич. занятия	Форма контроля
1	2	3	4	5	6
1.	Требования к тексту и необходимость редактирования	2	1	1	
2.	Этические основы редактирования	2	2	-	
3.	История дореволюционной, советской и постсоветской цензуры: дореволюционная цензура в Российской империи	2	2	-	
4.	История дореволюционной, советской и постсоветской цензуры: советская цензура	2	2	-	
5.	История дореволюционной, советской и постсоветской цензуры: цензура умерла. Да здравствует цензура?	2	2	-	
6.	Виды редактирования. Лингвистическая экспертиза текста	4	2	2	

7.	Редакторский анализ текста. Психологические особенности профессионального редакторского чтения	4	2	2	
8.	Виды и операции правки. Тренинг по корректорской правке как самостоятельному виду правки в медиаредактировании	4	2	2	
9.	Логические основы редактирования текста	4	2	2	
10.	Работа редактора над языком и стилем публикации	4	2	2	
11.	Методика редакторского анализа и правки текста СМИ	4	2	2	
12.	Редактирование новостных текстов СМИ	4	2	2	
13.	Редактирование текстов деловой журналистики	4	2	2	
14.	Редактирование научно-познавательных текстов СМИ	4	2	2	
15.	Теория редактирования и специфика коммуникативной деятельности в рекламе	4	2	2	
16.	Коммуникативно-функциональная структура рекламного текста	4	2	2	
17.	Этико-правовое регулирование рекламы	2	2	-	
18.	Система идентификации и принципы редактирования	2	1	1	
19.	Законы логики в рекламе	2	2	-	
20.	Редактирование рекламных текстов вербального коммуникативного типа	2	1	1	
21.	Разработка и редактирование текстов модульной рекламы	4	2	2	
22.	Сценаристика и редактирование текстов радио - и ТВ-рекламы	4	2	2	
23.	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	<b>Тестовый контроль</b>
	<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>41</b>	<b>31</b>	