

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1151788	Актуальные процессы в русскоязычной коммуникации

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Теория и практика речевой коммуникации	Код ОП 1. 45.04.01/33.02
Направление подготовки 1. Филология	Код направления и уровня подготовки 1. 45.04.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Михайлова Ольга Алексеевна	доктор филологических наук, профессор	Профессор	русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации
2	Пикулева Юлия Борисовна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации

Согласовано:

Управление образовательных программ

Л.А. Щенникова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Актуальные процессы в русскоязычной коммуникации

1.1. Аннотация содержания модуля

Содержание модуля составляют две дисциплины «Лингвокультурологические аспекты толерантности» и «Язык рекламы». Трудоемкость модуля составляет 6 зачетных единиц. Дисциплины модуля знакомят студентов с теорией толерантности в аспекте лингвистики и культурологии, технологиями креативной и аналитической деятельности в области рекламы и PR. В рамках изучаемых курсов обсуждаются и разрабатываются рекомендации по использованию стратегий, технологий, языковых средств для формирования толерантной коммуникации в ситуациях напряжения, формируются специальные практические навыки в области написания текстов рекламы и PR.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Язык рекламы	3
2	Лингвокультурологические аспекты толерантности	3
ИТОГО по модулю:		6

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	<ol style="list-style-type: none">1. Практика коммуникации2. Теоретические аспекты коммуникации3. Экспертиза в сфере коммуникации
Постреквизиты и кореквизиты модуля	<ol style="list-style-type: none">1. Практика коммуникации2. Теоретические аспекты коммуникации3. Язык, культура, личность4. Экспертиза в сфере коммуникации5. Адаптивный модуль: русская и зарубежная литература6. Теоретические аспекты коммуникации7. Практика коммуникации8. Современные славянские языки и межкультурная коммуникация9. Экспертиза в сфере коммуникации

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Лингвокультуро логические аспекты толерантности	УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе профессиональной деятельности	<p>З-2 - Демонстрировать понимание механизмов формирования условий психологически безопасной среды в межкультурном взаимодействии с учетом разнообразия культур</p> <p>У-2 - Оценивать условия психологически безопасной среды межкультурного взаимодействия и определять необходимость их корректировки с учетом разнообразия культур</p> <p>Д-1 - Проявлять толерантность в процессе межкультурного взаимодействия</p> <p>Д-2 - Принимать компромиссные решения в нестандартных ситуациях межкультурного взаимодействия</p>
	ПК-5 - Готов к планированию и осуществлению публичных выступлений, межличностной и массовой, в том числе межкультурной и межнациональной коммуникации с применением навыков ораторского искусства	З-1 - Формулировать основные положения теоретической лингвистики, необходимые для успешного осуществления межкультурной, межличностной, публичной коммуникации
	ПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности знания современной научной парадигмы в области филологии и динамики ее развития, системы методологических принципов и методических приемов филологического исследования, методы	У-2 - Редактировать тексты на русском языке с учетом их стилистических, прагматических и жанровых особенностей

	филологической работы для создания, редактирования, оформления, квалифицированного анализа и оценки различных видов текстов	
Язык рекламы	ПК-5 - Готов к планированию и осуществлению публичных выступлений, межличностной и массовой, в том числе межкультурной и межнациональной коммуникации с применением навыков ораторского искусства	З-1 - Формулировать основные положения теоретической лингвистики, необходимые для успешного осуществления межкультурной, межличностной, публичной коммуникации
	ПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности знания современной научной парадигмы в области филологии и динамики ее развития, системы методологических принципов и методических приемов филологического исследования, методы филологической работы для создания, редактирования, оформления, квалифицированного анализа и оценки различных видов текстов	У-1 - Давать квалифицированный лингвистический и литературоведческий анализ различных видов текстов с использованием идей современной научной парадигмы в области филологии П-1 - Адекватно выбирать и использовать стилистические и риторические средства русского языка при создании различных видов письменных текстов с учетом коммуникативных задач и особенностей коммуникативной ситуации

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Язык рекламы

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Пикулева Юлия Борисовна	кандидат филологических наук, доцент	Доцент	Кафедра русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Пикулева Юлия Борисовна, Доцент, русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Реклама и копирайтер в системе маркетинговых коммуникаций	Рекламная коммуникация: общая характеристика субъектов рекламной коммуникации, условий восприятия рекламных текстов. Специфика рекламной коммуникации. Цели рекламы и общие требования к воздействию типу текстов. Функции рекламы. Восприятие рекламы. Реклама и общество. Современные рекламные стратегии позиционирования на рынке: типы речевого воздействия и рекламная аргументация. Поликодовость рекламного текста. Эффективный рекламный текст. Копирайтер в коммуникативном процессе. Копирайтинг как процесс написания оригинальных текстов, продвигающих на рынке бизнес, человека, мнение или идею. Цель и задачи копирайтера. Значимость труда копирайтера. Уровни работы копирайтера. Виды копирайтерских текстов. Юридическая состоятельность рекламного текста. Федеральный закон «О рекламе». Ненадлежащая (недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая) реклама. Экспертиза рекламных текстов: анализ и опыт написания подобного типа текста.
P2	Виды и жанры рекламы	Коммерческая, социальная, политическая реклама: субъекты и объекты рекламной коммуникации, цели, ключевые концепты. Практика анализа и создания рекламных текстов разного типа.

		<p>Каналы передачи рекламной информации. Печатная реклама и её жанры. Радиорекламы и её жанры. Телевизионная реклама и её жанры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Реклама в Интернете. Факторы, влияющие на выбор канала передачи рекламной информации: бюджет, целевой адресат.</p>
Р3	Лингвистические особенности рекламных текстов	<p>Язык современной рекламы: функция воздействия и функция сообщения. Прототипический рекламный текст. Основные вербальные составляющие рекламного текста: слоган, заголовок, основной рекламный текст, рекламные реквизиты. Фонетика рекламного текста. Лексика рекламного текста. Синтаксис рекламного текста.</p> <p>Рекламный текст как литературно грамотное и стилистически удачное оформленное речевое произведение, способствующее максимальному привлечению внимания к потребительским свойствам предлагаемых товаров и услуг. Рекламный текст в аспекте коммуникативных качеств хорошей речи: правильности, содержательности, чистоты, точности, ясности, логичности, краткости, уместности, богатства, выразительности. Тропы и риторические фигуры в рекламном тексте. Языковая игра. Ирония и способы ее создания на разных уровнях.</p> <p>Понятие читаемости рекламного текста. Fog Index рекламного текста.</p>
Р4	Приемы речевого воздействия в рекламе	<p>Алгоритм создания рекламного текста: этапы разработки концепции рекламы. Маркетинговая информация в рекламном тексте: товарная категория, имя бренда, уникальное торговое предложение, целевой адресат, потребности, стереотипы, ценности целевого адресата. Слоган как концентрированное выражение рекламной идеи, отражение концепции бренда.</p> <p>Модели рекламного текста: «перевернутая пирамида», описательная и повествовательная реклама, реклама-аналогия, реклама-парадокс, реклама-загадка, реклама-свидетельство, реклама-инструкция, реклама-диалог.</p> <p>Рекламная аргументация в сбытовой и имиджевой рекламе товаров повседневного, импульсивного, предварительного, особого и пассивного спроса.</p> <p>Тактики и приемы вербального манипулирования вниманием и интересом рекламной аудитории: переакцентация, подмена целей, игра мотивом, надевание маски.</p>
Р5	Креативные стратегии создания рекламного текста	<p>Бриф – техническое задание на рекламную компанию. Выбор оригинальной рекламной концепции как способ минимизации затрат.</p> <p>Мировые методики получения нестандартных идей: мозговой штурм (метод Осборна); метод фокальных объектов (метод Кунце-Вайтинга); метод разрыва стереотипов.</p>
Р6	Нейминг	<p>Нейминг как маркетинговая дисциплина. Алгоритм создания рекламного наименования. Требования к имени бренда. Источники рекламных наименований. Модели создания имени бренда. Типовые ошибки в создании рекламного</p>

		<p>наименования. Понятие охраноспособности рекламного наименования.</p> <p>Процесс разработки торговой марки, имени бренда. Виды тестирования оценки успешности имени собственного-наименования.</p>
--	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Язык рекламы

Электронные ресурсы (издания)

1. Бердышев, С. Н.; Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/75200.html> (Электронное издание)
2. Бернадская, Ю. С.; Звук в рекламе : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «реклама».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/81771.html> (Электронное издание)
3. Булатова, Э. В.; Стилистика текстов рекламного дискурса : [учебное пособие для студентов, обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 031300 "Журналистика"].; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2012; <http://hdl.handle.net/10995/29138> (Электронное издание)
4. Кузнецов, П. А.; Политическая реклама: Теория и практика : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116754> (Электронное издание)
5. Кузнецов, П. А.; Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие.; Дашков и К°, Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496073> (Электронное издание)
6. Музыкант, В. Л.; Управление брэнд-коммуникациями : монография.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464162> (Электронное издание)
7. Музыкант, В. Л.; Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) : монография.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064> (Электронное издание)
8. Назайкин, А. Н.; Менеджмент рекламы в современных СМИ. В интернете, прессе, на телевидении и радио: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; СОЛОН-ПРЕСС, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488372> (Электронное издание)
9. Руженцева, Н. Б.; Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470> (Электронное издание)
10. Сердобинцева, Е. Н.; Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575> (Электронное издание)
11. Слободянюк, Д. В.; Роль, функции и влияние социальной рекламы на современное общество :

монография.; Лаборатория книги, Москва; 2011; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142374> (Электронное издание)

12. , Дмитриева, Л. М.; Социальная реклама : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118141> (Электронное издание)

13. Чернышева, Т. Л.; Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576172> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Бернадская, Ю. С.; Текст в рекламе : [учеб. пособие для вузов по специальности 032401 (350700) "Реклама"]; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2009 (6 экз.)

2. Блинкина-Мельник, М. М.; Рекламный текст : задачник для копирайтеров.; ОГИ, Москва; 2004 (8 экз.)

3. Иванова, К. А.; Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2006 (13 экз.)

4. Брукс, П.; Копирайтинг: как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать : [пер. с англ.]; Бератор-паблишинг, Москва; 2006 (6 экз.)

5. Елина, Е. А.; Семиотика рекламы : учеб. пособие.; Дашков и К, Москва; 2010 (10 экз.)

6. Ильин, А. С.; Реклама в коммуникационном процессе : курс лекций.; КНОРУС, Москва; 2011 (10 экз.)

7. Имшинецкая, И.; Жанры печатной рекламы или сундук с идеями для копирайтера; РИП-холдинг, Москва; 2002 (5 экз.)

8. Имшинецкая, И.; Креатив в рекламе; РИП-холдинг, Москва; 2004 (9 экз.)

9. Ковриженко, М. К.; Креатив в рекламе. Постмодернистский облик моды; Питер, Санкт-Петербург; 2004 (6 экз.)

10. Морозова, И. Г.; Рекламный креатив: В поисках ненавязчивой идеи : [Учеб. пособие по специальности 350700 - "Реклама"]; Гелла-принт, Москва; 2003 (16 экз.)

11. Иншакова, Н. Г.; Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки ВПО 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подготовки ВПО 031300 "Журналистика" для ФГОС.; Аспект Пресс, Москва; 2014 (12 экз.)

12. Коноваленко, В. А.; Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров.; Юрайт, Москва; 2013 (26 экз.)

13. Тюриков, А. Г.; Интернет-реклама : учеб. пособие.; Дашков и К°, Москва; 2008 (11 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Наука о рекламе: www.advertology.ru

Справочно-информационный портал Грамота.РУ: www.gramota.ru

Федеральный закон «О рекламе»: <http://www.zakonrf.info/zoreklame/>

Психолингвистическая экспертная система ВААЛ: <http://www.vaal.ru/prog/free.php>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Реферативная БД Web of Science™ <http://apps.webofknowledge.com/>
2. Реферативная база данных Scopus www.scopus.com
3. Полнотекстовая БД Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
4. Полнотекстовая/реферативная БД ELibrary <http://elibrary.ru>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Язык рекламы

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	не требуется

4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Лингвокультурологические аспекты
толерантности

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Михайлова Ольга Алексеевна	доктор филологических наук, профессор	Профессор	Кафедра русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Михайлова Ольга Алексеевна, Профессор, русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Феномен толерантности	Толерантность как предмет исследования в различных областях научного знания. Понятие толерантность в политологическом, социологическом, психолого-педагогическом, философском дискурсах. Противоречивость феномена толерантность. Виды толерантности в соотношении с типами ментальности, со сферами проявления. Основные подходы к исследованию феномена толерантности. Аксиологический и гносеологический подходы. Исторический и политологический подходы. Ксенологический подход. Лингвокультурологический подход.
P2	Лингвокогнитивный аспект категории толерантности	Толерантность и смежные понятия в русском языке: толерантность и терпимость, толерантность и ненасилие. Семантическое поле толерантности в современном русском языке. Язык и культура. Концепт толерантность в русской языковой картине мира. Толерантность и русский менталитет. Национальные нормы и традиции общения в аспекте толерантности.
P3	Коммуникативный аспект категории толерантности	Толерантность как коммуникативная категория. Когнитивные, прагматические и этические основания коммуникативной категории толерантности. Толерантность как социолингвистическая категория.

		<p>Особенности современной речевой коммуникации. Речевой конфликт как лингвистический феномен в ряду понятий, связанных с оценкой результативности коммуникативного акта. Причины возникновения конфликтной коммуникации. Речевые средства, провоцирующие конфликтное общение.</p> <p>Речевая агрессия как проявление интолерантности в коммуникации . Способы проявления речевой агрессии. Языковые средства проявления речевой агрессии.</p> <p>Гармонизирующее и конфликтное общение. Коммуникативные стратегии и тактики в толерантной коммуникации. Культурные практики толерантности в речевом поведении.</p> <p>Коммуникативная компетенция и типы речевого поведения. Типология языковых личностей в аспекте толерантности.</p>
--	--	---

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лингвокультурологические аспекты толерантности

Электронные ресурсы (издания)

1. Михайлова, О. А.; Лингвокультурологические аспекты толерантности : учебно-методическое пособие.; Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, Екатеринбург; 2015; <http://www.iprbookshop.ru/69617.html> (Электронное издание)
2. Дзялошинский, И. М.; Современное медиапространство России: учебное пособие для вузов : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457334> (Электронное издание)
3. Вирен, Г., Г.; Современные медиа: приемы информационных войн : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457409> (Электронное издание)
4. , Прохоров, Е. П.; Правовые и этические нормы в журналистике : нормативно-правовой акт (Россия).; Аспект Пресс, Москва; 2012; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457370> (Электронное издание)
5. Лазутина, Г. В.; Профессиональная этика журналиста : учебник.; Аспект Пресс, Москва; 2011; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104055> (Электронное издание)
6. Муратов, С. А.; Телевизионное общение в кадре и за кадром: учебное пособие для вузов : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2007; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457363> (Электронное издание)
7. Ресенчук, А. А.; Этикетная коммуникация: дискурс соблезнования : монография.; Кемеровский государственный университет, Кемерово; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574118> (Электронное издание)
8. Ларина, Т. В.; Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских

лингвокультурных традиций; Рукописные памятники Древней Руси, Москва; 2009; <http://www.iprbookshop.ru/15864.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Михайлова, О. А.; Лингвокультурологические аспекты толерантности : [учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по программе магистратуры по направлению подготовки 032700 "Филология"].; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2015 (15 экз.)
2. ; Толерантность и культура межнационального общения : учебно- методическое пособие (для студентов вузов).; Просвещение-Юг, Краснодар; 2009 (8 экз.)
3. , Купина, Н. А., Хомяков, М. Б.; Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности; Изд-во Урал. ун-та, Екатеринбург; 2003 (6 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Ресурсы свободного доступа зональной научной библиотеки УрФУ Раздел Лингвистика:
<http://lib.urfu.ru/mod/tab/view.php?id=2053>
2. www.ruslang.ru
3. <http://gramota.ru> (портал о русском языке)
4. www.ruscorpora.ru (Национальный корпус русского языка)
5. <http://rusgram.ru/> (проект «Новая русская грамматика»)
6. <http://lib2.urfu.ru/rus/resources/internet/elib> (Библиотечные ресурсы на сайте УрФУ)

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Национальный корпус русского языка <https://ruscorpora.ru/new/>
2. Справочно-информационный портал Грамота.ру – русский язык для всех <http://www.gramota.ru/>
3. Словарь Ожегова онлайн. Толковый словарь для всех. – Режим доступа: <http://www.ozhegov.org>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лингвокультурологические аспекты толерантности

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
--------------	---------------------	--	--

1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p>	не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p>	не требуется
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES