**Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова**

**Философский факультет**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«АНАЛИТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТЕКСТА»**

1. **Уровень высшего образования:** *магистр, реклама и связи с общественностью*
2. **Цели и задачи курса:**

*Программа дисциплины «Аналитика профессионального текста» выстраивается на базе общеметодологической программы «Аналитика текста». В силу этого в данной программе сохраняются общеметодологические установки базовой программы, включая цели и задачи курса. Важнейшие различия относятся ко второму разделу программы.* Это следующий раздел: «Раздел 2. Практическая работа по аналитике профессиональных текстов». В то же время определенные различия будут касаться и некоторых теоретических проблем (тех, которые относятся к подготовке магистров в сфере рекламы и связей с общественностью). Это следующий раздел «Раздел 1. Теоретические основания профессиональной аналитики текста».

*Основной целью изучения курса «Аналитика профессионального текста»*является овладение слушателями методологическими основами анализа профессионального текста, приобретение необходимых компетенций для применения их на практике, в частности, при анализе профессиональных текстов из сферы рекламы и связей с общественностью.

*Задачи курса:*

* познакомить с множеством подходов к исследованию проблем аналитики;
* дать представление и знание о том, какие есть способы понимания текста;
* представить специфику анализа в области рекламы и связей с общественностью;
* показать зависимость понимания текста от времени написания текста;
* показать зависимость понимания текста от пространственных и временных контекстов анализа текста;
* сформировать навыки выстраивания коммуникативных отношений с текстом;
* способствовать формированию у студентов навыков критического мышления;
* содействовать (через подготовку аналитических отчетов) к диалогу с различными профессиональными текстами;
* выработать навыки анализа текста с опорой на аналитические таблицы и Методологию экспертного анализа текста (МЭАТ) в целом.
1. **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**
2. владение методологией научных исследований в профессиональной области (ОНК-4);
3. способность применять в профессиональной деятельности основы психологии личности, межличностных отношений, психологии малых групп, межгрупповых отношений и их взаимодействий (ОНК-7);
4. владение культурой научного мышления, навыками ведения дискуссии, умение логично и аргументировано отстаивать собственную позицию, владение искусством убеждения (ИК-11);
5. способность к творчеству, порождению инновационных идей, выдвижению самостоятельных гипотез (СК-1);
6. способность к самостоятельному обучению и разработке новых методов исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля деятельности;
7. способность применять в профессиональной деятельности знания о структуре коммуникационного процесса: производстве информации, распространении, приеме и использованию информации; владение навыками эффективной коммуникации (ПК-1);
8. способность вести экспертную работу и представлять её итоги в виде Аналитических отчетов (АО);
9. готовность к коммуникации в устной и письменной форме на государственном языке Российской Федерации;
10. способность работать в команде;
11. готовность выполнять лидерские функции в составе экспертной группы.
12. **Место дисциплины в структуре основной образовательной программы (ООП):**

Дисциплина «Аналитика профессионального текста» фактически задает метатеоретический уровень исследования множества текстов, представленных в рамках профессиональной деятельности. Во многом изучение различных профессиональных дисциплин по специальности «Реклама и связи с общественностью» опирается на анализ текста. В этом контексте можно говорить о том, что дисциплина «Аналитика профессионального текста» представляет один из возможных метатеоретических, методологических уровней анализа профессиональных текстов в сфере рекламы и связей с общественностью.

1. **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы:**

|  |  |
| --- | --- |
| Формируемые компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
| ПК a | владение углублённым знанием, позволяющим предлагать и аргументировано обосновывать способы решения современных профессиональных проблем;  |
| ПК b | способность вести экспертную работу и представлять её итоги в виде Аналитических отчетов (АО);  |
| ПК c | готовность к коммуникации в устной и письменной форме на государственном языке Российской Федерации; |
| ПК d | способность работать в команде;  |
| ПК e | готовность выполнять лидерские функции в составе экспертной группы.  |

1. **Объем дисциплины в зачетных единицах (2 з.е.) с указанием количества академических часов (36), отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий в соответствии с учебным планом) и на самостоятельную работу студента (СРС):**
2. **Формат обучения:** *очно*
3. **Используемые технологии:**
4. Образовательные технологии: Методология экспертного анализа текста (МЭАТ). За разработку МЭАТ Г.В. Сорина получила патент, авторское свидетельство результатов интеллектуальной деятельности (РИД) [№ гос. регистрации АААА-Г17-617060110019-6 от 01/06/2017].
5. Научно-исследовательские технологии:

 «Философская герменевтика», помогающая студентам приобрести навыки самостоятельного рассуждения и профессионального общения в ходе проведения групповой экспертной работы, выстроенной на базе самостоятельной работы студентов (СРС) по аналитике конкретных профессиональных текстов, в частности, представленной в аналитических таблицах, заранее подготовленных.

**Содержание дисциплины, структурированное по разделам/темам:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование разделов и тем дисциплины, форма промежуточной аттестации | Всего (ак. ч.) | В том числе: |
| Контактная работа | СРС |
| Лекции | Семинары | Групп. консульт. | Инд. консульт, | Всего | Вид работ 1 | Вид работ 2 | Всего |
| Раздел I. Теоретические основания аналитики текста |
| Тема 1.Особенности различных подходов к определению понятия «аналитика». |  |  | 4 |  |  |  | 4 |  |  |
| Тема 2.Эволюция представлений об аналитике в историко-философской мысли. |  |  | 2 |  |  |  | 2 |  |  |
| Тема 3.Информационное обеспечение аналитической деятельности. |  |  | 2 |  |  |  | 2 |  |  |
| Тема 4. Особенности различных подходов к определению понятия «текст». |  |  | 4 |  |  |  | 4 |  |  |
| Тема 5.Аналитическое чтение как инструмент понимания текста. |  |  | 2 |  |  |  | 2 |  |  |
| Тема 6.Медленное чтение как инструмент понимания текста. |  |  | 2 |  |  |  | 2 |  |  |
| Раздел 2. Практическая работа по аналитике философских текстов  |
| Тема 1.Экспертный анализ работы С.И. Поварнина «Искусство спора. О теории и практике спора». |  |  | 4 |  |  |  |  | 4 |  |
| Тема 2.Экспертный анализ работы С.И. Поварнина «Как читать книги». |  |  | 4 |  |  |  |  | 4 |  |
| Тема 3.Экспертный анализ работы А. Шопенгауэра «Искусство побеждать в спорах». |  |  | 4 |  |  |  |  | 4 |  |
| Тема 4. Экспертный анализ работы Ф. Котлера, К. Асплунда, И. Рейна, Д. Хайдера «Маркетинг мест»ГЛАВА 7.«Формирование имиджа места». |  |  | 4 |  |  |  |  | 4 |  |
| Тема 5. Экспертный анализ работы Ф. Котлера, К. Асплунда, И. Рейна, Д. Хайдера «Маркетинг мест»ГЛАВА 8.«Продвижение имиджа места и его посланий».  |  |  | 4 |  |  |  |  | 4 |  |
| Итого: |  |  | 36 |  |  |  | 16 | 20 |  |

**СОДЕРЖАНИЕ КУРСА**

**РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АНАЛИТИКИ ТЕКСТА**

**Тема №1. Особенности различных подходов к определению понятия «аналитика».**

Метатеоретические особенности определения основных понятий курса. Подходы к определению понятия «аналитика», представленные в разных словарях, подготовленных на русском и английском языках. Теоретический и прагматический (практико-ориентированный) подходы к определению понятия «аналитика». Критериальное обеспечение аналитики в конкретных областях знания и практической деятельности (системность, целостность, субъектность).

**Тема №2. Эволюция представлений об аналитике в историко-философской мысли.**

Одна из научных компетенций, которые студенты должны приобрести в ходе подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью», формулируется следующим образом: «способность анализировать и оценивать философские проблемы при решении социальных и профессиональных задач (ОНК-2)» (Образовательный стандарт, самостоятельно подготовленный Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова для реализуемых образовательных программ высшего профессионального образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Уровни профессионального образования: бакалавриат с присвоением квалификации (степени) «бакалавр»; магистратура с присвоением квалификации (степени) «магистр». С.7). В рамках курса «Аналитика профессионального текста» реализация этой компетенции, в частности, представлена в рамках темы № 2 «Эволюция представлений об аналитике в историко-философской мысли». Аристотелевский образ аналитики. Кантовское отношение к проблемам аналитики. Шопенгауэровский образ аналитики. Аналитический инструментарий современной философской мысли, в частности, особенности использования логического и лингвистического анали­за текста для обсуждения философских проблем. Обзор представлений об аналитике в других дисциплинарных областях.

**Тема №3. Информационное обеспечение аналитической деятельности.**

Коммуникативный характер аналитической деятельности. Субъектный характер аналитической деятельности. Особенности проявлений профессионального языка и профессиональной коммуникации в аналитической деятельности.

**Тема №4. Особенности различных подходов к определению понятия «текст».**

Особенности понимания текста в различных пространственных и временных контекстах. Возможности проведения концептуального анализа текста. Диалог с профессиональным текстом через систему вопросно-ответных процедур (ВОП).

**Тема №5. Аналитическое чтение как инструмент понимания текста.**

Реконструкция «оппонентного круга» автора как инструмент понимания текста. «Оппонентный круг», научная коммуникация как процесс столкновения идей, по М.Г. Ярошевскому. Оппонентный круг как профессиональный, заинтересованный обмен научной информацией, совместное обсуждение. Использование понятий «внутренний оппонентный круг» и «внешний оппонентный круг» как один из инструментов аналитического чтения. Место и роль Методологии экспертного анализа текста (МЭАТ) в аналитическом чтении.

**Тема №6. Медленное чтение как инструмент понимания текста.**

Проблема медленного чтения, по Гершензону. Идея восхождения к автору, по Гершензону. Медленное чтение как способ перехода от непонимания к пониманию. Медленное чтение как перевод авторского языка текста на язык читателя, на язык современности. МЭАТ как современная форма возрождения практики медленного чтения. Ассоциативное мышление, рассуждение по аналогии как способ чтения разных форм произведений искусства, понятых как текст.

**РАЗДЕЛ 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО АНАЛИТИКЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТЕКСТОВ**

**Тема №1. Экспертный анализ работы С.И. Поварнина «Искусство спора. О теории и практике спора».**

**С. И. Поварнин (1870–1952)** – российский философ и логик, профессор историко-филологического факультета, затем философского факультета ЛГУ. Книга «Искусство спора. О теории и практике спора», впервые изданная в 1923 году, была переиздана почти через 70 лет забвения в 1990 году в журнале «Вопросы философии». После этого она неоднократно переиздавалась и была дважды выпущена в виде аудиокниги.

**Тема №2. Экспертный анализ работы С.И. ПОВАРНИНА «КАК ЧИТАТЬ КНИГИ».**

В работе С.И. Поварнина «Как читать книги», с одной стороны представлены рациональные механизмы эффективного чтения, с другой – психологические основы понимания текста. Работа впервые была издана в 1924 году.

**Тема №3. Экспертный анализ работы А. Шопенгауэра «ИСКУССТВО ПОБЕЖДАТЬ В СПОРАХ».**

**А. Шопенгауэр (1788-1860)** – немецкий философ. Значительное влияние на него оказали Кант и Платон. Работа «Искусство побеждать в спорах» не принадлежит к числу основных работ Шопенгауэра, но именно в ней представлены основные идеи Шопенгауэра по проблемам ведения спора и фактически по тому, что можно было бы назвать аналитикой устного текста. С точки зрения Шопенгауэра, спор должен основываться на эристической диалектике (новая дисциплина, создание которой и декларируется в данной работе). Возможные варианты победы в споре Шопенгауэр представляет в так называемых 30 уловках, которые связаны с нарушением законов логики и этики.

**Тема №4. Экспертный анализ работы Ф. Котлера, К. Асплунда, И. Рейна, Д. Хайдера «Маркетинг мест» ГЛАВА 7. Формирование имиджа места.**

**Филип Котлер (**родился 27 мая 1931 года), один из признанных мировых авторитетов в области современного маркетинга, почетный профессор Kellogg Graduate School of Management в Northwestern University, автор семнадцати книг (включая работы, написанные в соавторстве), в том числе, автор учебника «Маркетинг-менеджмент», который используется в программах МВА, и более 100 статей. Консультирует ведущие компании, работающие на потребительском, промышленном и финансовом рынках.

**Тема №5. Экспертный анализ работы Ф. Котлера, К. Асплунда, И. Рейна, Д. Хайдера «Маркетинг мест» ГЛАВА 8. Продвижение имиджа места и его посланий.**

1. **Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы студентов.**

Примерный перечень заданий для СРС представлен в Разделе 2. «Практическая работа по аналитике философских текстов». Все Аналитические отчеты выполняются дома. После групповой экспертной работы первоначально подготовленные Аналитические отчеты корректируются и после этого сдаются на проверку.

**Вопросы для повторения и самопроверки представлены в каждом Аналитическом отчете (АО) во второй колонке АО.**

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА**

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка** | **Условие** |
| Отлично | 1) Эффективная коммуникация в процессе обсуждения проблем курса в аудитории. 2) Качественно выполненные Аналитические отчеты (АО) по курсу. 3) Качественная экспертная работа в роли модератора при групповом анализе текста. 4) Отсутствие пропусков. 5) Вовремя сданные АО. |
| Хорошо | 1)Эффективная коммуникация в процессе обсуждения проблем курса в аудитории. 2) Качественно выполненные Аналитические отчеты (АО) по курсу. 3) Качественная экспертная работа в роли модератора при групповом анализе текста. 4) Наличие пропусков (не более 2). 5) Вовремя сданные АО. |
| Удовлетворительно | 1)Неэффективная коммуникация в процессе обсуждения проблем курса в аудитории. 2) Ошибки в Аналитических отчетах (АО) по курсу. 3) Замечания по экспертной работе в роли модератора при групповом анализе текста. 4) Наличие пропусков (не более 3). 5) Вовремя сданные АО. |
| Неудовлетворительно | Нарушение условий 1) –5). |

1. **Фонд оценочных средств**

Аналитические отчеты, представленные в письменной форме.

**ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Защита Аналитических отчетов, подготовленных к моменту проведения промежуточной аттестации и представленных в письменной форме.

1. **Ресурсное обеспечение**

**Литература:**

1. Аналитический словарь. М., 2015.
2. Поварнин С.И. Искусство спора. Пг., 1923.
3. Поварнин С.И. Как читать книги. Пг., 1924
4. Сорина Г.В. Основы принятия решений. М.: Экономист, 2004, 2007 (Учебное пособие. Гриф УМО по классическому университетскому образованию. Переиздана в 2005, 2006, 2007 гг.).
5. Сорина Г.В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. М.: Гардарики, 2005 (Монография. Грант РГНФ). 2-е изд. М.: Канон +, 2009. 272 с.
6. Сорина Г.В. Экспертный анализ текста: методология и практика. Учебное пособие. М.: Издательский центр АНОО "ИЭТ", 2017. 182 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга Краткий курс. М.: Издательский дом «Вильям», 2007. 656 с.
8. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, Питер, 2005. 382с.

**Интернет-ресурсы:**

1. Демьяненко А.Н. Маркетинг мест, или уроки стратегического маркетингового планирования городского и регионального развития (о книге Ф. Котлера, К. Асплунда, И. Рейна и Д. Хайдера «Маркетинг мест») // Пространственная экономика. 2006, №4 <http://spatial-economics.com/images/spatial-econimics/4_2006/demyanenko.pdf>
2. Сорина Г.В. «Методология экспертного анализа текста (МЭАТ) в образовательном процессе». М., 2017. <https://www.litres.ru/g-v-sorina/metodologiya-ekspertnogo-analiza-teksta-meat-v-obrazovatelnom-processe/>
3. Шопенгауэр А. Эристика, или искусство побеждать в спорах // <http://home.arcor.de/rushbone/eristik.htm>
4. Котлер Ф., Ли Н. Маркетинг для государственных и общественных организаций <http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=11282162>
5. **Язык преподавания –** *русский*

**ПРИЛОЖЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ**

**Памятка студенту для написания аналитических отчетов[[1]](#footnote-1)**

Обязательными требованиями к оформлению аналитических отчетов являются:

* каждый электронный файл с аналитическим отчетом студента должен быть назван по схеме: номер группы, фамилия автора отчета, название работы (например, «109 Сидорова К Вечному миру»);
* на титульном листе аналитического отчета необходимо указывать по какому тексту сделан данный отчет (например, «Аналитический отчет по курсу «Аналитика текста», например, по работе И. Канта «К Вечному миру»).
1. **Оформление**
2. Весь текст, включая разделы «Аннотация», «Биографическая справка» и текст внутри таблицы, должен быть оформлен по следующим правилам:
3. шрифт «Times New Roman» размером 14,
4. полуторный межстрочный интервал,
5. размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20, отступ 1,25,
6. выравнивание по ширине листа,
7. отсутствие интервала между абзацами,
8. выделение жирным шрифтом имена действующих лиц в аннотации, биографической справке, а так же основные понятия в таблице,
9. нумерация основных понятий,
10. нумерация вопросов,
11. проверять текст таблицы на отсутствие грамматических и пунктуационных ошибок,
12. использовать альбомную ориентацию для таблицы, а для «Аннотации», «Биографических справок» и др. – использовать книжную ориентацию.
13. Давая характеристику основному понятию, необходимо брать в кавычки цитаты и указывать, чьи это слова. В случае необходимости использовать данные из словаря, нужно делать сноску на словарь/источник. Не рекомендуется использовать в качестве источника сайт «Википедия» (wikipedia.com). Для некоторых основных понятий (например, таких, как «красноречие», «искусство», «философия» в диалоге Платона «Горгий» и др.) необходимо указывать несколько характеристик. Например, по Сократу, по Горгию, по словарю.
14. Необходимо корректно оформлять сноски, в том числе на электронные источники. Например, ссылка на электронные источники должна выглядеть так, как указано в конце страницы[[2]](#footnote-2),[[3]](#footnote-3).

 **II. Качественное содержание таблицы**

1. Основные понятия должны качественно отражать основную суть текста. Их не должно быть много (не более 20-30). Эти понятия должны составлять смысловую «канву» данного текста.
2. Каждому основному понятию необходимо **дать характеристику,** опираясь на текст и, в случае необходимости, использовать данные из словаря (с указанием названия словаря).
3. Вопросы к тексту необходимо задавать к основным содержательным моментам, ответами на которые, смогли бы стать основные идеи текста. Важно различать вопросы объектного и мета уровня**.**
4. В разделе «Комментарии» нет необходимости отвечать на все заданные вопросы из предыдущего раздела. Главное – выразить и аргументировать свое отношение к тем или иным проблемам, затронутым в тексте, посмотреть на текст в общем.
5. В разделе «Ассоциации» необходимо указывать тему научных интересов и проводить параллель не только с будущей специальностью и курсовой работой, но и с изучаемым курсом.
1. Памятка подготовлена Ю. Е. Крюковой, А. Ю. Кореневой. [↑](#footnote-ref-1)
2. Панасюк А.Ю. Имидж: определение центрального понятия в имиджелогии [Электронный ресурс] // Академия имиджелогии. 2004. 26 марта. URL: http://academim.org/art/pan1\_2.html (дата обращения: 17.04.2008). [↑](#footnote-ref-2)
3. Русский орфографический словарь РАН [Электронный ресурс] / Под ред. В. В. Лопатина — Электрон. дан. — М.: Справочно-информационный интернет-портал ГРАМОТА.РУ, 2005. Режим доступа: [http://www.slovari.gramota.ru,](http://www.slovari.gramota.ru/) свободный. [↑](#footnote-ref-3)