

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П. А. Машаров
«16» апреля 2026 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

НЕЙМИНГ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль образовательной программы	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины **«Нейминг в массовой коммуникации»** для обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 528 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2026 года.

Разработчик:

Доцент кафедры журналистики,
канд. филол. наук, доцент

Ю. Ю. Наливайко

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 27.03.2026 г. № 8

Заведующий кафедрой

И. М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2026 г.

Н. А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета
Протокол от 15.04.2026 г. № 4
Председатель

А. Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной
программы, д-р наук по соц. коммуникациям,
доцент
14.04.2026 г.

И. М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Коммуникативные основы рекламной и PR-деятельности, Русский язык и культура речи.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Методология и методы научных исследований, Творческие мастерские; подготовка и написание магистерской диссертации.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.6 Нейминг в массовой коммуникации
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор вуза
Количество зачетных единиц / всего часов	2,5 / 90

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы+контроль	всего	
Очная	1	2	16	–	16	58	90	зачёт
Заочная	1	2	4	–	2	84	90	зачёт

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоить понятия нейминга в массовой коммуникации; овладеть принципами построения эффективного названия.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1. Осуществляет авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1.1. Знает теоретические основы и принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью. ПК-1.1.2. Способен применять при создании текстов рекламы и связей с общественностью комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов с учетом специфики коммуникационных задач. ПК-1.1.3. Владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов создания коммуникационного продукт любого уровня сложности.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Нейминг как учебная дисциплина	
Тема 1. Понятие и сущность нейминга.	1. Нейминг как род профессиональной деятельности. 2. Лингвофилософские основы нейминга. 3. Терминологический аппарат нейминга. 4. Критерии отбора имени.
Тема 2. Система русского языка как основа русского нейминга.	5. Основные тенденции нейминг-моделирования. 6. Нейминг прямой и не прямой.
Раздел 2. Практические подходы нейминга массовой коммуникации	
Тема 3. Фонетика коммерческих названий. Ономастика русского нейминга.	7. Вокализм гласных. 8. Консонантизм согласных. 9. Аллитерация, мнемоника и фоносемантика. Музыкальная поэтика русского нейминга. 10. Личные имена. Патронимы. Фамилии и родовые названия. 11. Фольклорно-мифологические и литературные имена. 12. Историко-культурные антропонимы. Прозвища. 13. Антропонимы и топонимы.
Тема 4. Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система.	14. Нейм как языковой жанр. 15. Аргументация. 16. Фигуры: основные модели.
Тема 5. Творческая лаборатория нейминга.	17. Маркетинг и правовая экспертиза в нейминге. 18. Брейн-шторм и «фильтры». 19. Бренд и нейминг.

Тема 6. Проблема эффективности коммерческих названий.	20. Теория мотивации и эффективность нейма. 21. Коммуникативная и коммерческая эффективность нейма. 22. Критерии создания эффективного нейма.
Тема 7. Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.	23. Эффективность коммерческой номинации. 24. Методы оценки эффективности нейминга.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 2

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Нейминг как учебная дисциплина	8		4	10	22
Понятие и сущность нейминга.	2		2	5	9
Система русского языка как основа русского нейминга.	6		2	5	13
Раздел 2. Практические подходы нейминга массовой коммуникации	8		12	48	68
Фонетика коммерческих названий. Ономастика русского нейминга.	2		2	10	14
Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система.	2		2	10	14
Творческая лаборатория нейминга.	2		2	10	14
Проблема эффективности коммерческих названий.	1		3	12	16
Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.	1		3	6	10
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ООП	16	–	16	58	90

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр – 2

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Нейминг как учебная дисциплина	2		1	20	23
Понятие и сущность нейминга.	1		1	10	12
Система русского языка как основа русского нейминга.	1			10	11
Раздел 2. Практические подходы нейминга массовой коммуникации	2		1	64	67
Фонетика коммерческих названий. Ономастика русского нейминга.	1		-	20	21
Нейминг как грамматико-стилистическая	-		-	20	20

и поэтико-риторическая система.					
Творческая лаборатория нейминга.	-		1	5	6
Проблема эффективности коммерческих названий.	1			5	6
Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.			-	14	14
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ООП	4	–	2	84	90

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1.

1. Бриф и творческая платформа нейма.
2. Понятие эффективности коммерческой номинации. Методы оценки эффективности.
3. Нейминг как грамматико-стилистическая и поэтико-риторическая система.
4. Технологии разработки нейма.

Раздел 2.

5. Коммерческая номинация и товарный знак. Коммерческая номинация и бренд.
6. История русской коммерческой номинации.
7. Функционирование нейма в рекламном тексте.
8. Нейм и рекламный слоган.
9. Нейм и товарный знак.
10. Национальная специфика современного нейминга.
11. История изучения коммерческих названий.
12. Языковые особенности современных коммерческих названий.
13. Методики исследования эффективности коммерческих названий.
14. Восприятие коммерческого названия.
15. Переход коммерческого названия в прецедентный феномен.
16. Функционирование неймов в публицистических и художественных текстах.
17. Судебные споры, связанные с товарными знаками.
18. Эволюция взглядов на рекламное название в современной ономастике.

7.3 Темы письменных работ (типы задач)

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 2, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	30
	Контрольная работа по теоретическому материалу	40
ИТОГО		100
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 2, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	30
	Контрольная работа по теоретическому материалу	40
ИТОГО		100
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в 1-м учебном корпусе (г. Донецк, ул. Университетская, 24). Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры информационных систем управления (ауд. 206а).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

10.1. Основная литература

1. Наливайко, Ю. Ю. Нейминг в массовой коммуникации : учебное пособие / Ю. Ю. Наливайко. - Донецк : ДонНУ, 2020. - 98 с. – Текст: электронный
2. Наливайко, Ю. Ю. Риторика : учебно-методическое пособие / Ю. Ю. Наливайко. - Донецк : ДонНУ, 2020. - 107 с. – Текст: электронный
3. Наливайко, Ю. Ю. Спичрайтинг : учебное пособие / Ю. Ю. Наливайко. - Донецк : ДонНУ, 2020. - 119 с. – Текст: электронный

10.2. Дополнительная литература

1. Чармэссон, Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы [Текст] / Г. Чармэссон. - СПб.: Издательство «Питер», 2020. - 224 с. – Текст: непосредственный.
2. Крюкова, И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности [Текст] / И.В. Крюкова; М-во образования Рос. Федерации, Волгогр. гос. пед. ун-т. - Волгоград: Перемена, 2018. - 286 с. – Текст: непосредственный.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).