

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»
Юридический факультет



УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета

« 30 » 05 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
Копирайтинг и спичрайтинг

Направление подготовки бакалавриата
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Саратов,
2022

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Додыченко Е.А.	<i>Е.А. Додыченко</i>	30.05.2022г.
Председатель НМК	Тогузаева Е.Н.	<i>Е.Н. Тогузаева</i>	30.05.2022г.
Заведующий кафедрой	Голуб О. Ю.	<i>О.Ю. Голуб</i>	30.05.2022г.
Специалист Учебного управления			

1 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Копирайтинг и спичрайтинг» является формирование у студентов системы теоретических знаний и практических умений в области копирайтинга и спичрайтинга, освоение специфики рекламного и pr-текста, обретение практических навыков работы с текстами в рекламе и связях с общественностью, в составлении спичрайтерских текстов различной структуры и жанров.

2 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Копирайтинг и спичрайтинг» (Б1.В.ДВ.01.01) относится к дисциплинам по выборам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (Модули)» учебного плана ООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных при предшествующем изучении таких дисциплин, как «Мировая литература и искусство», «Деловая коммуникация», «Социальное мифотворчество», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы». Освоение дисциплины необходимо для написания выпускной квалификационной работы.

3. Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1 Способен принимать участие в проектировании (планирование, подготовка и проведение) коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знать: основные категории, понятия, жанры, классификации рекламных и pr-текстов; возможности совершенствования речевой практики с помощью творческого использования языковых ресурсов Уметь: редактировать тексты различной стилистики; анализировать креативные, языково-стилистические характеристики текстов с целью создания эффективного коммуникационного продукта Владеть: методами и приемами составления речевых произведений профессионально значимых жанров; навыками стилистической правки текста
ПК-3 Способен самостоятельно разрабатывать и продвигать медиаконтент в видео-, аудио-, фото- и текстовом формате	ПК-3.1 Использует современные технологические требования к производственному процессу создания медиаконтента	Знать: основные виды медиаконтента и возможности его потребления с применением разных устройств, способы создания и редактирования медиаконтента, виды воздействия на контент;

	<p>ПК-3.2 Владеет навыком «переупаковки» медиаконтента под конкретную платформу СМИ</p> <p>ПК-3.3 Умеет использовать новые форматы распространения медиаконтента</p>	<p>Уметь: интегрировать, перерабатывать и оптимизировать медиаконтент; определять потребности и принимать технологические решения;</p> <p>Владеть: навыками создания и модификации медиаконтента, инструментами цифровой компетенции.</p>
--	--	---

4 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц 180 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			СРС	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Формы промежуточной аттестации (по семестрам)
				лекции	Практические занятия Общая трудоемкость	Из них – практическая подготовка		
1	Тема 1. Копирайтинг как творческий процесс. Задачи возможности рекламного и PR-текста.	7		2	2	2	8	Текущий контроль: устный опрос по теории, работа на практическом занятии
2	Тема 2. Функциональное и композиционное разнообразие служебных текстов.	7		2	4	4	10	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
3	Тема 3. Классификация коммуникативных целей. Сuggestивные тексты	7		2	4	4	8	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
4	Тема 4. Тропы и фигуры, их применение в рекламном и PR-тексте. Языковая игра в	7			4	4	10	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии

	рекламе и ее функции							
5	Тема 5 Основные понятия спичрайтинга, спичрайтера, спичрайтерского текста	7			2	2	8	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
6	Тема 6 Спичрайтинг как деловая риторика	7		2	4	4	10	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
7	Тема 7 Учет особенностей аудитории при подготовке публичного выступления	7		2	4	4	10	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
8	Тема 8 Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика	7		2	2	2	10	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
9	Тема 9 Прецедентный текст и источники прецедентности.	7		2	4	4	10	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
10	Тема 10. Приемы копирайтинга. Правила вычитки текста.	7		2	4	4	10	Текущий контроль: устный опрос по теории; работа на практическом занятии
11	Промежуточная аттестация	7						экзамен
12	Итого			16	34	34	94	

Содержание дисциплины

Тема 1. Копирайтинг как творческий процесс. Задачи и возможности рекламного и PR-текста. Креативная составляющая копирайтинга. Шаблоны в копирайтинге. Основные цели создания рекламных текстов. Цели рекламных текстов. Деление товаров и услуг по базовым потребительским свойствам и главное в рекламном тексте. Этапы жизненного цикла товаров и услуг и требуемый рекламный текст к ним. Форматы рекламных площадей. Оформление вывесок. Витринная реклама. Тексты на зданиях и сооружениях. Афиша. Упаковка. Логотип. Понятие пуф-рекламы

Тема 2. Функциональное и композиционное разнообразие служебных текстов. Формализованные типы текстов. Языковые правила написания писем (деловых, информационных); меморандумы, пресс-релизы. Текст на веб-сайтах: использование контента в рекламных и PR-целях. Реклама в Интернет. Современные тенденции развития Интернет-пространства. Контент. Рерайтинг. Использование тэгов в текстах на основных страницах сайтов. Контекстная реклама, составление веб-объявлений, текстов для баннеров.

Тема 3. Классификация коммуникативных целей. Сuggestивные тексты. Сознательная и бессознательная мотивация при написании текста. Провокация и суггестия. Императивный характер рекламного текста.

Тема 4. Тропы и фигуры, их применение в рекламном и PR-тексте. Языковая игра в рекламе и ее функции. Речевая выразительность тропов: метафора, недесемантизированные эпитеты, метонимия, Гипербола, литота, оксюморон, антитеза. Речевая выразительность фигур: анафора, симплока, параллелизм, анадиплосис, эллипсис, риторический вопрос. Языковая игра как приём для привлечения внимания в рекламном тексте. Интеллектуальная и эстетическая ценность языковой игры.

Тема 5. Основные понятия спичрайтинга, спичрайтера, спичрайтерского текста. Спичрайтинг как специфическая PR-технология. Определения и терминология. Профессионально-личностные характеристики спичрайтера

Тема 6. Спичрайтинг как деловая риторика. Средства публичной речи. Эмоциональная выразительность речи. Особенности публичной речи. Совершенствование навыков устной речи. Технические параметры речи.

Тема 7. Учет особенностей аудитории при подготовке публичного выступления. Оценка аудитории, факторы адресата, параметры: возраст собравшихся; гендерная характеристика аудитории; подготовленность слушателей к теме речи; уровень образования; профессиональную принадлежность; отношение к выступающему.

Тема 8. Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика. Этапы работы над речью. Аспектуализация, классификация, аргументация. Работа с иллюстративным материалом. Написание публичного выступления. Речевые приемы, используемые во вступительной речи. Средства диалогизации выступления.

Тема 9. Прецедентный текст и источники прецедентности. Понятие прецедентного текста. Функции прецедентных текстов. Публицистический текст как стилевая разновидность. Структура и происхождение прецедентных текстов в отечественной культуре.

Тема 10. Приемы копирайтинга. Правила вычитки текста. Техника работы с источниками. Классические приемы копирайтинга. Индекс туманности и методика его определения. Прием сравнения, демонстрация контраста, конкретизация информации, детализация. Проверка текста на все типы ошибок: орфографические и пунктуационные; смысловые, фактические и стилистические; технические.

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» предусматривается широкое использование в

учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой.

При изучении дисциплины «Копирайтинг и спичрайтинг» предусмотрено при проведении лекционных занятий, использование проблемной лекции, целью которой является обновление, углубление знаний обучающихся, раскрытие новых научных подходов.

В зависимости от содержания темы, профиля и уровня подготовки обучающихся, специфики учебной темы, для семинара выбирается форма проведения занятия, среди которых:

- развернутая беседа на основании плана, предложенного преподавателем;
- устный опрос обучающихся по вопросам плана семинара;
- прослушивание и обсуждение докладов обучающихся;
- практическое занятие;
- творческая работа;
- смешанная форма, с элементами различных форм проведения.

В сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в рамках учебного курса предусмотрены мастер-классы экспертов по изобразительному искусству, архитектуре, специалистов по новейшим течениям в литературе и живописи)

При проведении занятий со студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья используются адаптированные для них образовательные технологии. Форма проведения занятий для студентов-инвалидов определяется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, и может включать в себя устные, письменные на бумаге, письменные на компьютере и иные виды образовательной активности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% аудиторных занятий.

В процессе изучения дисциплины «Копирайтинг и спичрайтинг» используются следующие виды самостоятельной работы: реферирование научных текстов, письменные домашние задания, написание эссе, рецензий, аннотаций, подготовка докладов, рефератов, выступлений на заданные темы.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие формы организации педагогического процесса и контроля знаний:

- для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

для выполнения контрольных заданий при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке выполнения контрольных заданий оформляются увеличенным шрифтом (размер 16-20);

- для глухих и слабослышащих:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все контрольные задания, по желанию обучающегося, могут проводиться в письменной форме.

Основной формой организации педагогического процесса является интегрированное обучение инвалидов, т.е. все студенты обучаются в смешанных группах, имеют возможность постоянно общаться со сверстниками, легче адаптируются в социуме.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 94 часа.

В процессе изучения дисциплины «Копирайтинг и спичрайтинг» используются следующие виды самостоятельной работы: работа на практическом занятии, устный опрос по теории.

6.1 Виды самостоятельной работы

Раздел/Тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Литература
Тема 1. Копирайтинг как творческий процесс. Задачи и возможности рекламного и PR-текста.	Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений на практическое занятие. Выполнение практических заданий.	Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014. Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П. А., - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/513046 Александров Д. Н. Риторика: учеб. пособие М.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557 https://e.lanbook.com/book/109517
Тема 2. Функциональное и композиционное разнообразие служебных текстов.	Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений на практическое занятие. Выполнение практических заданий.	Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014. Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П. А., - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/513046 Александров Д. Н. Риторика: учеб. пособие М.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557 https://e.lanbook.com/book/109517
Тема 3. Классификация коммуникативных целей. Суггестивные	Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений на практическое занятие.	Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014. Кузнецов П. А. Копирайтинг

<p>тексты</p>	<p>Выполнение практических заданий.</p>	<p>&спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - Москва :Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/513046. Александров Д.Н. Риторика: учеб. пособиеМ.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557 https://e.lanbook.com/book/109517</p>
<p>Тема 4. Тропы и фигуры, их применение в рекламном и PR-тексте. Языковая игра в рекламе и ее функции</p>	<p>Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений на практическое занятие. Выполнение практических заданий.</p>	<p>Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014. Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/513046 Александров Д.Н. Риторика: учеб. пособиеМ.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557 https://e.lanbook.com/book/109517</p>
<p>Тема 5 Основные понятия спичрайтинга, спичрайтера, спичрайтерского текста</p>	<p>Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений на практическое занятие. Выполнение практических заданий.</p>	<p>Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014. Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/513046 Александров Д.Н. Риторика: учеб. пособиеМ.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557</p>

		https://e.lanbook.com/book/109517
Тема 6 Спичрайтинг как деловая риторика	Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений на практическое занятие. Выполнение практических заданий. Работа с текстами, требующими редакции.	<p>Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014.</p> <p>Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/513046</p> <p>Александров Д.Н. Риторика: учеб. пособие М.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557 https://e.lanbook.com/book/109517</p>
Тема 7 Особенности аудитории при подготовке публичного выступления	Учет особенностей аудитории при подготовке публичного выступления	<p>Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений на практическое занятие. Выполнение практических заданий. Анализ текстов СМИ</p> <p>Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014.</p> <p>Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Текст] Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2015.</p> <p>Александров Д.Н. Риторика: учеб. пособие М.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557 https://e.lanbook.com/book/109517</p>
Тема 8 Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика	Средства управления вниманием аудитории. Коммуникационная риторика	<p>Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений, презентаций на практическое занятие. Выполнение практических заданий</p> <p>Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014.</p> <p>Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Текст] Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2015.</p> <p>Александров Д.Н. Риторика: учеб. пособие М.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557 https://e.lanbook.com/book/109517</p>

<p>Тема 9Прецедентный текст и источники прецедентности.</p>	<p>Работа с интернет-источниками. Подготовка докладов и сообщений на практическое занятие. Выполнение практических заданий.</p>	<p>Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014. Кузнецов П. А.Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/513046 Александров Д.Н. Риторика: учеб. пособие М.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557 https://e.lanbook.com/book/109517</p>
<p>Тема 10. Приемы копирайтинга. Правила вычитки текста.</p>	<p>Работа с источниками. Подготовка докладов и сообщений на практическое занятие. Выполнение практических заданий.</p>	<p>Иншакова Н. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М.: Аспект Пресс, 2014. Кузнецов П. А.Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/product/513046. Александров Д.Н. Риторика: учеб. пособие М.: Флинта, 2018 http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1 http://e.lanbook.com/books/element.php?p11_id=84557 https://e.lanbook.com/book/109517</p>

6.2 Вопросы для углубленного изучения дисциплины:

1. Семиоэстетическая природа художественного.
2. Текст как феномен употребления языка.
3. Межтекстовые связи и герменевтика.
3. Интертекстуальность и массовая коммуникация.
4. Субстанции интертекста.
5. Избыточная лексика и словесные излишества.
6. Особенности редактирования служебных документов.
7. Штампы, стандарты, стереотипы: плюсы и минусы употребления.
8. Теория речевых жанров в подходах разных авторов.
9. Типы языковых личностей.
10. Внутрижанровые стратегии и тактики в различных ситуациях общения.
11. Речевое воздействие, эксплицитная и имплицитная оценка.

12. Стилистика рекламы.
13. Средства экспрессивного синтаксиса. Эвфемизмы. Релятивы (коммуникативы).
14. Фатическая и информативная речь.
15. Стилистика газетных жанров.
16. Интерактивная гипертекстовая журналистика.
17. Требования к текстам официально-делового стиля русского языка и отражение их в системе языка.
18. Нарушение лексической сочетаемости как стилистический приём
19. Лексика как средство достижения точности и логичности речи
20. Понятие благозвучия. Эстетическая оценка звуков русского языка.

6.3 Вопросы для промежуточной аттестации по результатам освоения дисциплины в форме экзамена

1. Задачи рекламного текста.
2. Особенности текста на вывесках и в витринах.
3. Текст на постройках и сооружениях, типы нанесения и основные требования.
4. Текстовое сопровождение логотипов.
5. Что относится к малым рекламным жанрам?
6. Пуф-реклама и ее уместное использование.
7. Подбор лексики к рекламным комиксам.
8. Шаблоны и их использование в рекламе.
9. Способы минимизации текста.
10. Ономастика и нейминг.
11. Цели, мотивы, потребности и их отражение в рекламном тексте
12. Структура рекламной статьи.
13. Критерии оценки рекламной статьи.
14. Отличие рекламной статьи логического воздействия от рекламной статьи психологического воздействия.
15. Императив и его использование в рекламных и PR-текстах.
16. Эффективность риторического вопроса
17. Негативные и позитивные ассоциации слова.
18. Речевая выразительность тропов
19. Речевая выразительность фигур.
20. Роль метафоры в рекламных и PR-текстах.
21. Метонимия, ее разновидности, использование в рекламных и PR-текстах.
22. Два вида фигур и их разновидности.
23. Сообщение и уступка, их использование в рекламных и PR-текстах.
24. Фигуры украшения и их использование в рекламных и PR-текстах.
25. Анафора, эпифора, симплока и их использование в рекламных и PR-текстах.
26. Инверсия и эллипсис, их использование в рекламных и PR-текстах.
27. Многосоюзие и бессоюзие, их использование в рекламных и PR-текстах.
28. Антонимы и их использование в рекламных и PR-текстах.
29. Оксюморон и его использование в рекламных и PR-текстах.
30. Правила составления информационного письма.
31. Правила составления пресс-релиза.
32. Контекстная и баннерная реклама в Интернет. Работа с тэгами.
33. Использование контента на веб-сайтах в рекламных и PR-целях.
34. Использование блогов и социальных сетей в рекламных и PR-целях.

Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---

Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
7	10	0	30	30	0	10	20	100

Программа оценивания учебной деятельности студента 7 семестр

Лекции

Посещаемость, опрос, активность и др. за один семестр – от 0 до 10 баллов.

Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

Практические занятия

Контроль выполнения практических заданий (устные ответы, письменные работы: аннотации, рецензии художественных произведений (от 0 до 30 баллов).

Самостоятельная работа

Работа на практическом занятии, устный опрос по теории (от 0 до 30 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрено.

Другие виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности, не вошедшие в предыдущие колонки таблицы - от 0 до 10 баллов (участие в научно-практических конференциях, олимпиадах, конкурсах, тестирование и др.).

Промежуточная аттестация – экзамен - от 0 до 20 баллов

При определении разброса баллов при аттестации преподаватель может воспользоваться следующим примером ранжирования:

20 баллов – ответ на «отлично»

15-19 баллов – ответ на «хорошо»

10-14 баллов – ответ на «удовлетворительно»

0-9 баллов – ответ на «неудовлетворительно».

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 7 семестр по дисциплине «Копирайтинг и спичрайтинг» составляет **100** баллов.

Таблица 2.2 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Копирайтинг и спичрайтинг» в оценку (экзамен):

86 – 100 баллов	«отлично»
71-85 баллов	«хорошо»
60 - 70 баллов	«удовлетворительно»
меньше 60 баллов	«неудовлетворительно»

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) литература:

1. Александров Д.Н. Риторика: учеб. пособие. / Д.Н. Александров. [Текст]: М.: Флинта, 2018 <http://znanium.com/bookread2.php?book=495849&spec=1>
http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=84557 <https://e.lanbook.com/book/109517>
2. Богданова Л. И. Стилистика русского языка и культура речи. Лексикология для речевых воздействий 978-5-9765-0912-2, 2016, Флинта. ЭБС Лань
3. Дроняева Т. С. Стилистика современного русского языка: Практикум 978-5-89349-303-0, 2017.
4. Иншакова Н.Г., Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: Учеб. пособие для студентов вузов / Н. Г. Иншакова. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8 – ЭБС Znanium
5. Каримова, И. Р. Текстология [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов филологического факультета педагогического института / Каримова И. Р. - Набережные Челны: Набережночелнинский институт социально-педагогических технологий и ресурсов, 2013. - 57 с. - Б. ц. Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.
6. Кузнецов П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/513046>
7. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография под ред. Колокольцева Т.Н. [Текст]: Москва: Флинта, 2011. – ISBN 978-5-9765-1112-5 – ЭБС ИВЦШЦы
8. Руженцева Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. Б. Руженцева. - Москва: Флинта, 2016. - 180 с. - Библиогр.: с. 179-180. - ISBN 978-5-9765-1217-7: Б. ц. ЭБС "Лань".
9. Смирнов В.В. Природа и язык радиокommunikации [Текст]: Москва: Флинта, 2014. – ISBN 978-5-9765-1879-7 – ЭБС «АЙБУКС»

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика <http://www.law.msu.ru/vestnik.htm/>
Законодательство и практика СМИ – ежемесячный журнал центра «Право и СМИ»
<http://www.medialaw.ru>
Индустрия рекламы – журнал для эффективного бизнеса <http://www.ir-magazine.ru>
Маркетинговые коммуникации <http://www.grebennikov.ru/>
Петербургский рекламист <http://www.atlant.ru/pr/>
Профессиональное сообщество в сфере медиакоммуникаций <http://sila.media/>
Реклама и жизнь. Теория и практика <http://www.grebennikov.ru/>
Интеллектуальные ресурсы <http://vicom.ru/~creatives/intellectual/>
Каталог интернет-библиотек <http://www.mybooka.narod.ru/a4.htm/>
Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/>
Национальная электронная библиотека <http://nel.nns.ru/>
Подробная информация о знаках <http://www.marks.ru>
СМИ.Ru <http://www.smi.ru/>

Лицензионное программное обеспечение

- ОС Windows
- пакет программ Microsoft Office

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях).

В рамках занятий по дисциплине, проводимых в форме практической подготовки, основным местом их организации является учебно-научная лаборатория кафедры социальных коммуникаций «ЛИССА».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Автор: доцент кафедры
социальных коммуникаций,
кандидат филологических наук

Додыченко Е.А.

Программа одобрена на заседании кафедры социальных коммуникаций от 30.05.2022 года, протокол №11.