



КГУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГУ»)

АКТУАЛИЗИРОВАНО
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГУ
Протокол №7 от 19.03.2024

УТВЕРЖДАЮ

Директор _____ ИЦТЭ _____

_____ Э.И. Беляев

«30» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.26 Копирайтинг

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленности Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере; Дизайн в рекламе.

Квалификация _____ Бакалавр _____

г. Казань, 2023

Программу разработал:

Наименование кафедры	Должность, уч.степень, уч.звание	ФИО разработчика
ФМК	Доцент, к.фил.н., доцент	Федорова Ж.В

Согласование	Наименование подразделения	Дата	№ протокола	Подпись
Одобрена	ФМК Наименование кафедры - разработчика			_____ Должность, уч.степень, уч.звание ФИО
Согласована	ФМК Наименование выпускающей кафедры			_____ Должность, уч.степень, уч.звание ФИО
Согласована	Учебно-методический совет ИЦТЭ			_____ Должность, уч.степень, уч.звание ФИО
Одобрена	Ученый совет ИЦТЭ			_____ Должность, уч.степень, уч.звание ФИО

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины Копирайтинг является ознакомление со стандартами и правилами оформления рекламных и рг-текстов.

Задачами дисциплины является:

- ознакомление с основными понятиями копирайтинга;
- выявление специфики рекламного и рг-текста;
- выработка практических навыков создания и обработки текстов, направленных на продвижение товаров и услуг.

Компетенции и индикаторы, формируемые у обучающихся:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора
ОПК 1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК 1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК 3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК 3.7. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.

- Теория и практика связей с общественностью,
- Психология массовых коммуникаций,
- Стилистика и литературное редактирование,
- Теория и практика рекламы,
- Основы теории коммуникации.

Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.

- Семиотика рекламы,
- Организация и проведение рекламных и рг-кампаний.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр(ы)		
			4		

ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	5	180	180		
КОНТАКТНАЯ РАБОТА*	-	144	144		
АУДИТОРНАЯ РАБОТА	3	68	68		
Лекции	1	34	34		
Практические (семинарские) занятия	1	34	34		
Лабораторные работы		0	0		
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	2	76	76		
Проработка учебного материала		76	76		
Курсовой проект		0	0		
Курсовая работа		0	0		
Подготовка к промежуточной аттестации	1	36	36		
Промежуточная аттестация:			Э		

Для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр(ы)		
			4	5	6
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ					
КОНТАКТНАЯ РАБОТА					
АУДИТОРНАЯ РАБОТА					
Лекции					
Практические (семинарские) занятия					
Лабораторные работы					
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ					
Проработка учебного материала					
Курсовой проект					
Курсовая работа					
Подготовка к промежуточной аттестации					

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Всего часов	Распределение трудоемкости по видам учебной работы				Формы и вид контроля	Индексы индикаторов формируемых компетенций
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
Раздел 1. Основные понятия копирайтинга как технологии	36	10	0	10	16	ТК1	ОПК-1.3, ОПК-3.3

продвижения товаров и услуг.							
Раздел 2. Виды рекламных текстов.	48	12	0	12	24	ТК2	ОПК-1.3, ОПК-3.3.У
Раздел 3. Технологии создания рекламных текстов.	60	12	0	12	36	ТК3	ОПК-1.У.В, ОПК-3.У.В
Экзамен	36				36	ОМ 1	ОПК-1.У.В, ОПК-3.У.В
Итого за 4 семестр	180	34	0	34	112		
ИТОГО	180	34	0	34	112		

3.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Основные понятия копирайтинга как технологии продвижения товаров и услуг.

Тема 1.1. Бриф.

Тема 1.2. Целевая аудитория.

Раздел 2. Виды рекламных текстов.

Тема 2.1. Пресс-релиз.

Тема 2.2. Микро-текст.

Тема 2.3. Легенда бренда.

Тема 2.4. Уникальное торговое предложение.

Тема 2.5. Коммерческое предложение.

Тема 2.6. Нейминг. Слоган.

Раздел 3. Технологии создания рекламных текстов.

Тема 3.1. Основные формулы продающих текстов.

Тема 3.2. Триггеры продающих текстов.

Тема 3.3. SEO-копирайтинг.

3.4. Тематический план практических занятий

1. Основные технологии копирайтинга.
2. Составление брифа.
3. Принципы организации рекламного текста.
4. Особенности рекламного текста.
5. Анализ видов рекламного текста: пресс-релиз, микротекст, УТП, легенда бренда, коммерческое предложение.
6. Нейминг. Слоган.
7. Практические примеры создания и редактирования рекламного текста.

3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

3.6. Курсовой проект /курсовая работа

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

4. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено		не зачтено	
ОПК 1.	ОПК 1.2.	знать:				
		принципы копирайтинга и рерайтинга, креативные приемы и технологии создания текста.	Знает принципы копирайтинга и рерайтинга, креативные приемы и технологии создания текста, при ответе не допускает ошибок.	Знает принципы копирайтинга и рерайтинга, креативные приемы и технологии создания, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок.	Знает принципы копирайтинга и рерайтинга, креативные приемы и технологии создания, при ответе может допустить множество мелких ошибок.	Уровень знаний минимален, допускает грубые ошибки.
		создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA.	демонстрирует умение создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA, при ответе не допускает ошибок.	демонстрирует умение создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA, допускает при этом ряд небольших ошибок.	в целом демонстрирует умение создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA, задание выполнено в неполном объеме.	не демонстрирует умение создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA, задание не выполнено.
		уметь:				
		владеть:				
		модульной методикой создания текстов, создания заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия.	продемонстрировано владение модульной методикой создания текстов, заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия.	продемонстрированы базовые навыки владения модульной методикой создания текстов, заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия, допущен ряд	имеется минимальный набор навыков владения модульной методикой создания текстов, заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия, много	не продемонстрированы базовые навыки владения модульной методикой создания текстов, заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия

				мелких ошибок.	ошибок.	воздействия грубые ошибки.	
ОПК 3.	ОПК 3.7.	знать:					
		специфику каналов коммуникации.	Знает специфику каналов коммуникации, не допускает ошибок.	Знает специфику каналов коммуникации, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок	Плохо знает специфику каналов коммуникации, при ответе может допустить множество мелких ошибок	Уровень знаний ниже минимального требования, допускает грубые ошибки.	
		уметь:					
	создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом целевой аудитории.	демонстрирует умение создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом целевой аудитории, не допускает ошибок.	демонстрирует умение создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом целевой аудитории, допускает при этом ряд небольших ошибок.	в целом демонстрирует умение создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом целевой аудитории, задание выполнено в неполном объеме.	не демонстрирует умение создавать тексты рекламы и связей с учетом целевой аудитории, задание не выполнено.		
	владеть:						
	технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику.	продемонстрировано владение технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику.	продемонстрированы базовые навыки владения технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику, допущен ряд мелких ошибок	имеется минимальный набор навыков владения технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику, много ошибок.	не продемонстрированы базовые навыки владения технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику, допущены грубые ошибки.		

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины.

Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре разработчика.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Учебно-методическое обеспечение

5.1.1. Основная литература

1. Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и

оформления: учебное пособие. М.: Дашков и К, 2010.

2. Есикова И.В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний: учебное пособие. М.: Дашков и К, 2018.

5.1.2.Дополнительная литература

1. Бернадская Ю.С. Звук в рекламе. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
2. Елина Е.А. Семиотика рекламы: учебное пособие. М.: Дашков и К, 2016.
3. Овчинникова Н.Н. Рекламное дело: учебное пособие. М.: Эксмо, 2010.

5.2. Информационное обеспечение

5.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

Энциклопедии, словари, справочники <http://www.rubricon.com>

Портал "Открытое образование" <http://npoed.ru>

Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru>

5.2.2. Профессиональные базы данных / Информационно-справочные системы

Образовательный портал <http://www.ucheba.com>

КиберЛенинка <https://cyberleninka.ru/>

5.2.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

Windows 7 Профессиональная (Starter)

Windows Server Standartd 2012R2 Russian OLP NL AcademicEdition 2Proc

Браузер Chrome

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование вида учебной работы	Наименование учебной аудитории, специализированной лаборатории	Перечень необходимого оборудования и технических средств обучения
Лекции	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная учебная мебель, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран) и др.

Самостоятельная работа	Компьютерный класс с выходом в Интернет В-600а	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест, 30 компьютеров, технические средства обучения (мультимедийный проектор, компьютер (ноутбук), экран), видеокамеры, программное обеспечение
	Читальный зал библиотеки	Специализированная мебель, компьютерная техника с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС, экран, мультимедийный проектор, программное обеспечение

7. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета www//kgeu.ru. Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями

зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;

- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;

- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;

- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

8. Методические рекомендации для преподавателей по организации воспитательной работы с обучающимися.

Методическое обеспечение процесса воспитания обучающихся выступает одним из определяющих факторов высокого качества образования. Преподаватель вуза, демонстрируя высокий профессионализм, эрудицию, четкую гражданскую позицию, самодисциплину, творческий подход в решении профессиональных задач, в ходе образовательного процесса способствует формированию гармоничной личности.

При реализации дисциплины преподаватель может использовать следующие методы воспитательной работы:

- методы формирования сознания личности (беседа, диспут, внушение, инструктаж, контроль, объяснение, пример, самоконтроль, рассказ, совет, убеждение и др.);

- методы организации деятельности и формирования опыта поведения (задание, общественное мнение, педагогическое требование, поручение, приучение, создание воспитывающих ситуаций, тренинг, упражнение, и др.);

- методы мотивации деятельности и поведения (одобрение, поощрение социальной активности, порицание, создание ситуаций успеха, создание ситуаций для эмоционально-нравственных переживаний, соревнование и др.)

При реализации дисциплины преподаватель должен учитывать следующие направления воспитательной деятельности:

Гражданское и патриотическое воспитание:

- формирование у обучающихся целостного мировоззрения, российской идентичности, уважения к своей семье, обществу, государству, принятым в семье и обществе духовно-нравственным и социокультурным ценностям, к национальному, культурному и историческому наследию, формирование стремления к его сохранению и развитию;

- формирование у обучающихся активной гражданской позиции, основанной на традиционных культурных, духовных и нравственных ценностях российского общества, для повышения способности ответственно реализовывать свои конституционные права и обязанности;

- развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах самоорганизации, самоуправления, общественно-значимой деятельности;

- формирование мотивов, нравственных и смысловых установок личности, позволяющих противостоять экстремизму, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам, межэтнической и межконфессиональной нетерпимости, другим негативным социальным явлениям.

Духовно-нравственное воспитание:

- воспитание чувства достоинства, чести и честности, совестливости, уважения к родителям, учителям, людям старшего поколения;

- формирование принципов коллективизма и солидарности, духа милосердия и сострадания, привычки заботиться о людях, находящихся в трудной жизненной ситуации;

- формирование солидарности и чувства социальной ответственности по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья, преодоление психологических барьеров по отношению к людям с ограниченными возможностями;

- формирование эмоционально насыщенного и духовно возвышенного отношения к миру, способности и умения передавать другим свой эстетический опыт.

Культурно-просветительское воспитание:

- формирование эстетической картины мира;

- формирование уважения к культурным ценностям родного города, края, страны;

- повышение познавательной активности обучающихся.

Научно-образовательное воспитание:

- формирование у обучающихся научного мировоззрения;

- формирование умения получать знания;

- формирование навыков анализа и синтеза информации, в том числе в профессиональной области.

Вносимые изменения и утверждения на новый учебный год

№ п/п	№ раздела внесения изменений	Дата внесения изменений	Содержание изменений	«Согласовано» Зав. каф. реализующей дисциплину	«Согласовано» председатель УМК института (факультета), в состав которого входит выпускающая
1	2	3	4	5	6
1					
2					
3					

*Приложение к рабочей
программе дисциплины*



КГЭУ

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине**

Б1.О.26 Копирайтинг

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере

Квалификация Бакалавр

г. Казань, 2023

Оценочные материалы по дисциплине Копирайтинг предназначены для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенций.

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации, проводимых по балльно-рейтинговой системе (БРС).

1. Технологическая карта

Семестр 2

Наименование раздела	Формы и вид контроля	Рейтинговые показатели							
		I текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК1	II текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК2	III текущий контроль	Дополнительные баллы к ТК3	Итого	Промежуточная аттестация
Раздел 1. «Основные понятия копирайтинга как рекламной технологии».	ТК1	15	0-15					15-30	15-30
Сообщение		7							
Контрольная работа		4							
Реферат		4							
Раздел 2. «Виды рекламных текстов».	ТК2			15	0-15			15-30	15-30
Сообщение				7					
Реферат				4					
Творческое задание				4					
Раздел 3. «Технологии создания рекламных текстов».	ТК3					25	0-15	25-40	25-40
Практическое задание						7			
Практическое задание						4			
Практическое задание						14			
Промежуточная аттестация (экзамен)	ОМ								0-45
Задание промежуточной аттестации									0-15
В письменной форме по билетам									0-30

2. Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Запланированные результаты обучения по	Уровень сформированности индикатора компетенции			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий

		дисциплине	от 85 до 100	от 70 до 84	от 55 до 69	от 0 до 54		
			Шкала оценивания					
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно		
			зачтено				не зачтено	
ОПК 1.	ОПК 1.2.	ЗНАТЬ:						
		принципы копирайтинга и рерайтинга, креативные приемы и технологии создания текста.	Знает принципы копирайтинга и рерайтинга, креативные приемы и технологии создания текста, при ответе не допускает ошибок.	Знает принципы копирайтинга и рерайтинга, креативные приемы и технологии создания, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок.	Знает принципы копирайтинга и рерайтинга, креативные приемы и технологии создания, при ответе может допустить множество мелких ошибок.	Уровень знаний минимален, допускает грубые ошибки.		
		УМЕТЬ:						
		создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA	демонстрирует умение создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA, при ответе не допускает ошибок.	демонстрирует умение создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA, допускает при этом ряд небольших ошибок.	в целом демонстрирует умение создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA, задание выполнено в неполном объеме.	не демонстрирует умение создавать тексты для выступлений и социальных сетей, слоганы по модели AIDA, задание не выполнено.		
ВЛАДЕТЬ:								
		модульной методикой создания текстов, создания заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия.	продемонстрировано владение модульной методикой создания текстов, создания заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия.	продемонстрированы базовые навыки владения модульной методикой создания текстов, создания заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия, допущен ряд мелких ошибок.	имеется минимальный набор навыков владения модульной методикой создания текстов, создания заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия, много ошибок.	не продемонстрированы базовые навыки владения модульной методикой создания текстов, создания заголовка по формуле 4U, подходами создания текстов с учетом рационального и эмоционального воздействия грубые ошибки.		
		ЗНАТЬ:						
		специфику каналов	Знает специфику каналов	Знает специфику каналов	Плохо знает специфику каналов	Уровень знаний ниже минимально		

ОПК 3.	ОПК 3.7.	коммуникации.	коммуникации, не допускает ошибок.	коммуникации, при ответе может допустить несколько негрубых ошибок	коммуникации, при ответе может допустить множество мелких ошибок	го требования, допускает грубые ошибки.
		уметь:				
		создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом целевой аудитории.	демонстрирует умение создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом целевой аудитории, не допускает ошибок.	демонстрирует умение создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом целевой аудитории, допускает при этом ряд небольших ошибок.	в целом демонстрирует умение создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом целевой аудитории, задание выполнено в неполном объеме.	не демонстрирует умение создавать тексты рекламы и связей с учетом целевой аудитории, задание не выполнено.
владеть:						
технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику.	продемонстрировано владение технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику.	продемонстрированы базовые навыки владения технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику, допущен ряд мелких ошибок	имеется минимальный набор навыков владения технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику, много ошибок.	не продемонстрированы базовые навыки владения технологией создания рекламных статей, обзоров и других текстов на заданную тематику, допущены грубые ошибки.		

Оценка **«отлично»** выставляется за полные и содержательные ответы на вопросы билета (теоретическое и практическое задание);

Оценка **«хорошо»** выставляется за ответы на вопросы билета (теоретическое или практическое задание);

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за выполнение письменных работ в семестре и тестовых заданий;

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется за слабое и неполное выполнение письменных работ в семестре и тестовых заданий.

3. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Описание оценочного средства
Доклад (Дкл), сообщение (Сбщ)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
Контрольная работа (КнтР)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
Практическое задание (ПЗ)	Средство оценки умения применять полученные теоретические знания в практической ситуации. Задание направлено на оценивание компетенций по дисциплине, содержит четкую инструкцию по выполнению или алгоритм действий	Комплект задач и заданий
Реферат (Рфр)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы	Темы рефератов
Творческое задание (ТЗ)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

4. Перечень контрольных заданий или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Для текущего контроля ТК1:

Проверяемая компетенция: ОПК-1.3, ОПК-3.3

Темы сообщений

1. Соотношение кодифицированного литературного языка и общенационального языка.
2. Стилистическая и нейтральность и окрашенность языковых единиц.
3. Лексика с окраской публицистического и «канцелярит».
4. Категории информационного поля.
5. Лексические особенности рекламного текста.

Комплект контрольных заданий

1 вариант

Охарактеризуйте данный текст с точки зрения ядра целевой аудитории и УТП. Отредактируйте текст по формуле AIDA.

Ваша собачка мерзнет на прогулке? Приходится носить ее на руках? Дома песик чихает? Пора согреть любимца и подарить ему комфорт и хорошее настроение! В нашем магазине Вы найдете чудесный ассортимент теплых, удобных и модных пончо, подходящие для собак всех пород и возрастов. Наши пончо – самые что ни на есть пончо! Они пошиты из шкур элитных кракозябр и подвергнуты трехступенчатой сертификации качества. Кроме того, у Вашего любимца ни за что не возникнет аллергия, поскольку все пончо гипоаллергенны и безопасны для здоровья людей и животных. В каталоге представлены модели всевозможных расцветок и фасонов. Недавно поступили пончо из новой коллекции: торопитесь сделать покупку по выгодной цене! Также в продаже имеется профессиональный корм для животных. Возможна доставка на дом.

2 вариант

Охарактеризуйте данный текст с точки зрения формата и оффера. Отредактируйте текст по формуле QUEST.

Ваша собачка мерзнет на прогулке? Приходится носить ее на руках? Дома песик чихает? Пора согреть любимца и подарить ему комфорт и хорошее настроение! В нашем магазине Вы найдете чудесный ассортимент теплых, удобных и модных пончо, подходящие для собак всех пород и возрастов. Наши пончо – самые что ни на есть пончо! Они пошиты из шкур элитных кракозябр и подвергнуты трехступенчатой сертификации качества. Кроме того, у Вашего любимца ни за что не возникнет аллергия, поскольку все пончо гипоаллергенны и безопасны для здоровья людей и животных. В каталоге представлены модели всевозможных расцветок и фасонов. Недавно поступили пончо из новой коллекции: торопитесь сделать покупку по выгодной цене! Также в продаже имеется профессиональный корм для животных. Возможна доставка на дом.

Темы рефератов

1. Структура рекламного текста.
2. Особенности коммуникации в сфере публичных рилешнз.
3. Воздействие рекламного текста на адресат.
4. Жанры рекламного текста.
5. Требования, предъявляемые к рекламному тексту. Языковые особенности рекламного текста.

Для текущего контроля ТК2:

Проверяемая компетенция: ОПК-1.3, ОПК-3.3.У

Темы сообщений

1. Реклама как речевой жанр и вид текста
2. Терминологическая лексика в рекламных материалах.
3. Целевая аудитория как основа медиаисследований.

Темы рефератов

1. Системность использования экстралингвистических средств в рекламном тексте: реквизиты, абзацное членение текста, использование схем и таблиц.
2. Компьютеризация и «деофициализация» рекламного текста.
3. Приемы диалогизации монологического текста.
4. Особенности коммуникации в сфере публичных рилешнз.
5. Композиция рекламного текста.

Тема творческого задания.

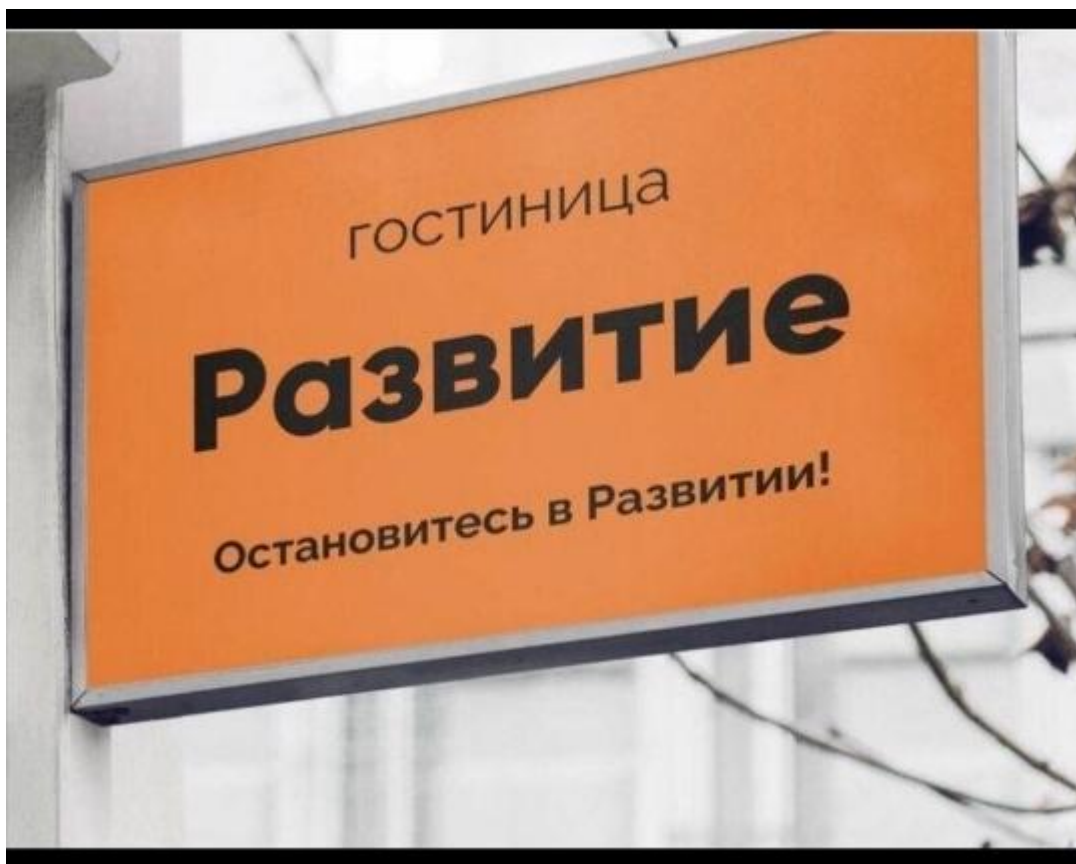
Данный вид контроля имеет своей целью проверку знаний, умений и навыков студентов относительно создания, оформления и исправления различных видов рекламных текстов. Предлагается составить различные виды рекламного текста и отредактировать их, то есть выступить одновременно и копирайтером и редактором:

- конверсионный текст,
- имиджевый текст,
- аналитический текст,
- продающий текст,
- текст социальной рекламы.

Для текущего контроля ТКЗ:

Проверяемая компетенция: ОПК-1.У.В, ОПК-3.У.В.
Комплект заданий.

Провести анализ нейминга и слогана билборда.



Комплект заданий.

Повести ренейминг, придумать новый слоган.



Комплект заданий.

Оцените образцы социальной рекламы: направленность на целевую аудиторию, социальный посыл, стилистическую оформление, ТОВ и формат. Предложите свои варианты социальной рекламы на данную тему, формы ее размещения и оформления.



Для промежуточной аттестации:

Вопросы к экзамену:

1. Понятие копирайтинга.
2. Аспекты изучения копирайтинга: филологический, семиологический, социальный.
3. Понятие рекламного текста.
4. Признаки рекламного текста.
5. Классификация рекламных текстов.
6. Виды рекламных текстов.
7. Структура рекламного текста.
8. Инфостиль как основа создания рекламных текстов.
9. Принципы рерайтинга.
10. Методическая база копирайтинга.
11. Анализ рекламного текста: композиция, стиль, грамматика, лексика, синтаксис.
12. Работа с рекламным текстом. Виды правки.

13. Рерайтинг как форма редакторской правки.

Пример экзаменационного задания:

Предлагается провести анализ рекламного текста:

Просто чувствовать себя здоровым не достаточно. Вы должны чувствовать себя по настоящему здоровым и сильным. Среднестатистический человек никогда не сумеет почувствовать то незабываемое ощущение подлинного здоровья, которое приходит, когда в ваш организм вливается чистота, сила и свежесть всего, что только может дать королевский апельсин, выращенный со скрупулезной аккуратностью на лучшей в мире апельсиновой плантации.

Это не подвластно простым смертным, но подвластно вам! Мы всегда выбираем для вас самые лучшие апельсины, ибо вы достойны только их.

Когда вы пьете наш сок – в ваш организм вливается чистое и прочное здоровье, и все, что вам остается чтобы получить то, что вам нужно, лишь сделать шаг на встречу и получить в свои руки.