

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Копирайтинг»

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Владикавказ 2020

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г., № 512, учебным планом подготовки бакалавра по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденным ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» (от 30.04.2020 г. № 9).

Составитель: к.п.н., доцент Цараева Л.А.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры медиакоммуникаций и мультимедийных технологий

(протокол №10 от «22» мая 2020 г.)

Зав. каф. _____ М.Л. Бабочиева

Одобрена советом факультета журналистики

(протокол №5 от «26» июня 2020 г.)

Председатель _____ Ф.С. Хабалова

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

| | Очная форма обучения |
|--------------------------|----------------------|
| Курс | 3 |
| Семестр | 6 |
| Лекции | - |
| Практические занятия | 28 |
| Лабораторные занятия | - |
| Консультации | |
| Итого аудиторных занятий | 28 |
| Самостоятельная работа | 44 |
| Курсовая работа | - |
| Контрольные работы | - |
| Экзамен | - |
| Зачет | + |
| Общее количество часов | 72 |

2. Цели освоения дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Копирайтинг» является освоение необходимых жанровых моделей копирайтинга, а также овладение практическими навыками создания копирайтерского текста.

Задачи дисциплины - формирование целостной системы знаний:

1. Ознакомление студентов с современными подходами к тексту в копирайтинге;
2. Формирование у обучающихся навыков выделения жанровой модели копирайтерского текста;
3. Выработка навыков создания копирайтерского продукта определенной жанровой разновидности.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Б1.В.17 Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Дисциплина «Копирайтинг» относится к дисциплинам Блока 1 части, формируемой участниками образовательных отношений, Б1.В.17 и имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами ОПОП. Для изучения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные в результате освоения дисциплины «Современная коммуникативистика», «Основы рекламы и PR», «Основы теории коммуникации», «PR-текст в системе публичных коммуникаций», «Речевая коммуникация в связях с общественностью», «Язык современной рекламы».

Требования к профессиональной деятельности выпускника

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими трудовыми функциями, предусмотренными профессиональным стандартом:

06.009 – «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».

Обобщенная трудовая функция: «Организация распространения продукции СМИ».

Наименование вида профессиональной деятельности: «Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания».

Трудовые функции:

| | | | |
|---|---|--------|---|
| 1 | Реализация продукции СМИ Реализация продукции СМИ | A/01.5 | 5 |
|---|---|--------|---|

| | |
|--------------------|--|
| Трудовые действия | Самостоятельный поиск событий, явлений, фактов как основы материала |
| | Согласование темы будущего материала с редакцией |
| | Получение задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией |
| | Изучение специфики и особенностей освещаемой темы |
| | Определение основной сюжетной линии будущего материала |
| | Составление графика работы для соблюдения сроков задания |
| Необходимые умения | Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты |
| | Находить и анализировать необходимую информацию |
| | Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) |
| | Составлять договоры поставки и иные договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию |
| Необходимые знания | Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего деятельность гражданское законодательство Российской Федерации |
| | Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации |
| | Ассортимент реализуемой продукции СМИ |
| | Утвержденные цены (тарифы) и порядок ценообразования при организации поставок продукции СМИ |
| | Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность |
| | Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности |

Для освоения данной учебной дисциплины (УД) студент **должен:**

Знать:

- текст, его функционально-смысловые типы;
- основные единицы языка, их признаки;
- основные нормы русского литературного языка (орфоэпические, лексические, грамматические, орфографические, пунктуационные);

Уметь

- определять тему, основную мысль текста, его принадлежность к определенной функциональной разновидности языка, функционально-смысловому типу и стилю; анализировать структуру и языковые особенности текста;
- опознавать языковые единицы, проводить различные виды их анализа;

Владеть

- навыками адекватно понимать информацию устного сообщения;
- читать тексты разных стилей, используя разные виды чтения (изучающее, ознакомительное, просмотровое);
- воспроизводить текст с заданной степенью свернутости (пересказ, изложение, конспект, план);
- осуществлять выбор и организацию языковых средств в соответствии с темой, целями, сферой и ситуацией общения в собственной речевой практике;
- владеть различными видами монолога (повествование, описание, рассуждение, смешанный вид монолога) и диалога (побуждение к действию, обмен мнениями, установление и регулирование межличностных отношений);
- свободно, точно и правильно излагать свои мысли в устной и письменной форме, соблюдая нормы построения текста (логичность, последовательность, связность, соответствие теме и др.);
- соблюдать в практике речевого общения основные произносительные, лексические, грамматические нормы современного русского литературного языка;
- соблюдать в практике письма основные правила орфографии и пунктуации;
- владеть навыками речевого самоконтроля: оценивать свою речь с точки зрения ее правильности, находить грамматические и речевые ошибки и недочеты, исправлять их, совершенствовать и редактировать собственные тексты;
- извлекать информацию из различных источников; свободно пользоваться лингвистическими словарями, справочной литературой, средствами массовой информации, в том числе представленными в электронном виде на различных информационных носителях (компакт-диски учебного назначения, ресурсы Интернета).

4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

| Коды компетенций | Содержание компетенций |
|------------------|---|
| УК-4 | - способен осуществлять деловую коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) |
| ПК-6 | - способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий |

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП

| Коды компетенций ОПОП | Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП | | |
|-----------------------|--|---|---|
| | <i>знать</i> | <i>уметь</i> | <i>владеть</i> |
| УК-4 | - стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; | - создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение | Имеет опыт: - ведения деловой переписки на государственном языке РФ и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в |

| | | | |
|--------|---|---|--|
| | <p>факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий.</p> | <p>информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации.</p> | <p>формате корреспонденции; представления планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий; владеет технологией построения эффективной коммуникации в организации; передачей профессиональной информации в информационно-телекоммуникационных сетях; использованием современных средств информационно-коммуникационных технологий.</p> |
| ПК - 6 | <p>- специфика каналов коммуникации;</p> <p>- основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании.</p> <p>- определение корпоративной миссии и корпоративной философии в соответствии с задачами организации и социальной ответственностью организации.</p> | <p>- Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>- Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>- Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании</p> <p>- Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> | <p>- навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>- иметь опыт создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта.</p> <p>- навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании</p> <p>- навыками использования инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.</p> |

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий,

ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

| № неде ли | Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине | Занятия | | Самостоятельная работа студентов | | Формы контроля | Количество баллов | | Литера тура |
|-----------------|---|---------|-----|---|------|---------------------------------------|----------------------|-----------|----------------|
| | | лек. | пр. | Содержание | Часы | | min | max | |
| 1 | Предмет копирайтинга. Место и роль копирайтинга в структуре рекламной деятельности. | | 2 | Научные подходы, используемые при создании рекламных текстов: фактический, эмоциональный, сравнительный. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 5 | [1],[2] |
| 2,3 | Отечественный и зарубежный опыт копирайтинга. | | 4 | Личность копирайтера. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 5 | [1],[2] |
| 4,5 | Виды копирайтинга: "копирайтинг прямого отклика", "имиджевый копирайтинг". | | 4 | Стилистика рекламных текстов. Общий анализ рекламного текста. Структурная организация вербальных сообщений в рекламе. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 5 | [1],[2] |
| 6 | Целевая аудитория копирайтера. Виды целевой аудитории. | | 2 | Культура тропа в копирайтинге: состав, характеристика, примеры, зоны использования. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 5 | [1],[2] |
| 7 | Классификация жанров рекламных текстов. | | 2 | Творческая платформа и концепция рекламы. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 5 | [1],[2] |
| | Письменная контрольная работа | | | | | | 0 | 25 | |
| | Текущая работа студентов | | | | | | 0 | 25 | |
| | | | | | | | | | |
| 10 | Копирайтерские технологии построения текстов и предложений. | | 2 | Аргументация в рекламных текстах: виды аргументов, пути их введения в рекламный текст. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 4 | [1],[2] |

| | | | | | | | | | |
|---------------|--|--|-----------|--|-----------|---------------------------------------|----------|-----------|---------|
| 11, 12 | Речевые стратегии и тактики в копирайтинге. | | 4 | Создание печатной рекламы. Форматы текстов печатной рекламы. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 4 | [1],[2] |
| 13 | Журналистские и рерайтерские приемы подачи информации. | | 2 | Рекламные тексты на радио и телевидении. Слоган как вид рекламного текста. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 4 | [1],[2] |
| 14 | Структура рекламного текста. Заголовок. Типы заголовков. | | 2 | Требования, предъявляемые к рекламному заголовку. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 4 | [1],[2] |
| 15 | Создание рекламных текстов для телевизионной и радиорекламы. | | 2 | Рекламные тексты на радио и телевидении. Слоган как вид рекламного текста. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 4 | [1],[2] |
| 16 | Профессиональная этика копирайтера. | | 2 | Рекламные тексты в сети Интернет. | 4 | Вопросы к рубежной контрольной работе | 0 | 5 | [1],[2] |
| | Письменная контрольная работа | | | | | | 0 | 25 | |
| | Текущая работа студентов | | | | | | 0 | 25 | |
| | Итого: | | 28 | | 44 | | | | |

Примечания:

1. Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

2. В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

6. Образовательные технологии

При изучении дисциплины проводятся лекции и практические занятия в традиционной форме и с использованием современных интерактивных технологий.

Круглый стол предполагает вынесение дискуссионных вопросов и обсуждение их студентами, поделенными на подгруппы. Круглый стол – один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной сфере, обмена опытом и творческих инициатив. Такая форма общения позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога.

Проведение круглого стола предполагается по теме

Презентации на основе современных мультимедийных средств - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации с использованием мультимедийного оборудования позволяют эффективно и наглядно представить содержание изучаемого материала, выделить и проиллюстрировать сообщение, которое несет поучительную информацию, показать ее ключевые содержательные пункты. Использование интерактивных элементов позволяет усилить эффективность публичных выступлений, являющихся частью профессиональной деятельности преподавателя.

Кейс-метод (анализ конкретных ситуаций). Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Метод кейсов представляет собой изучение, анализ и принятие решений по ситуации (проблеме), которая возникла в результате происшедших событий, реальных ситуаций или может возникнуть при определенных обстоятельствах в тот или иной момент времени. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них.

Выполнение тестовых заданий. Тестирование – контроль знаний с помощью тестов, которые состоят из условий (вопросов) и вариантов ответов для выбора (вопросы к зачёту и практические задания, используемые в ходе текущего контроля).

Тесты удобно использовать для быстрой проверки усвоения студентами материала по курсу, повторения пройденного. Преимущества использования тестирования перед другими формами контроля знаний студентов заключаются в том, что тестирование позволяет быстро оценить знания большого числа обучаемых при сравнительно несложной и оперативной проверке результатов выполнения тестов.

Перед применением тестов необходимо сообщить студентам об основных правилах тестирования (их можно изложить как устно, так и в форме краткой письменной инструкции, помещенной перед собственно тестовыми заданиями, которые раздаются студентам). В частности, следует разъяснить, сколько вариантов ответа среди предложенных могут быть правильными (в зависимости от используемых тестов), допускается ли использование каких-либо материалов, в какой форме требуется отметить правильный, по мнению студента, ответ (галочка, крестик и т.д.), сколько времени дается на выполнение задания и т.д.

Семинар в диалоговом режиме предполагает свободный, демократичный обмен мнениями.

«Обучающийся в роли преподавателя». Метод, предполагающий активное участие студента в ходе практического занятия. Студент задает вопросы, оценивает ответы. Информация о том, что на будущем занятии студенту будет отведена роль преподавателя, сообщается заранее. Таким образом преподаватель и обучающийся становятся партнёрами в учебном процессе.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется на протяжении изучения всей дисциплины в соответствии с утвержденной в учебном плане трудоемкостью и состоит из:

- поиска и анализа литературы и электронных источников информации по заданной теме;
- выполнения заданий для самостоятельной работы в ЭИОС СОГУ;
- изучения теоретического материала для подготовки к практическим занятиям;
- подготовки к зачету.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат — письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы:

1. Выбор темы исследования. Тема реферата выбирается студентом на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

2. Планирование исследования. Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата. Календарный план исследования включает следующие элементы: выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата; сбор и изучение исходного материала, поиск литературы; анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы; сообщение о предварительных результатах исследования; литературное оформление исследовательской проблемы; обсуждение работы (на семинаре и т. п.).

План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя: введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования; основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы; заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.

3. Поиск и изучение литературы. Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подбранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати.

Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме. При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

4. Обработка материала. При обработке полученного материала автор должен: систематизировать его по разделам; выдвинуть и обосновать свои гипотезы; определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме; уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы; сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования; окончательно уточнить структуру реферата.

5. Оформление реферата. При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил: Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику; Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод); Писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты; Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа должна быть выполнена на белой бумаге стандартного листа А4. Текст должен быть отпечатан на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word и отвечать следующим требованиям: параметры полей страниц должны быть в пределах: верхнее и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм, шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный. Лента принтера – только чёрного цвета. Нумерация страниц в реферате должна быть сквозной, начиная с третьей страницы. Номер проставляется арабскими цифрами вверху каждой страницы справа.

При изложении материала необходимо придерживаться принятого плана.

Библиографический список составляется на основе источников, которые были просмотрены и изучены студентом при написании реферата. Данный список отражает самостоятельную творческую работу студента, что позволяет судить о степени его подготовки и углублении в выбранную тематику. Вся использованная литература размещается в следующем порядке: законодательные акты, постановления, нормативные документы; вся учебная литература в алфавитном порядке, затем средства периодической печати в алфавитном порядке; источники из сети Интернет.

Тематика рефератов

1. Осмысление проблем, связанных с созданием рекламных текстов, в современной литературе по копирайтингу.
2. Мировой и отечественный опыт работы в области копирайтинга, перспективные тенденции развития этой части рекламного дела.
3. Выработка ориентиров для написания основного текста печатной рекламы.
4. Трансформация коммерческих навыков в форму слова в процессе создания рекламного текста.
5. Содержание и форма рекламного текста. Требование художественности.
6. «Великая идея» - основа хорошей рекламной компании.
7. Креативный характер процесса создания рекламных текстов.
8. «Когда реклама адресована миллионам, она никого не трогает». Соотношение понятий «потребитель» и «целевая аудитория».
9. «Я понял, что написать доклад о рекламном деле гораздо проще, чем составить хорошее рекламное объявление». Интерпретируйте это высказывание Лео Барнета.
10. «Наша цель-отказаться от ума, придающего блеск не товару, а нам самим. Наша задача продавать не себя, а товар клиента». (Уильям Бернбах). В чем заключается профессионализм копирайтера?
11. Копирайтинг: ремесло или искусство?
12. Составьте список выдающихся рекламных формул нашего времени. Какие из них, по вашему мнению, завтра станут классикой и почему?
13. Подписи к рисункам как особый вид печатной рекламы.
14. Логотип-гарантия мгновенной узнаваемости фирмы.
15. Особенности составления текстов для адресной рассылки.
16. Раскрыть своеобразие текстов для «щитовой» рекламы на местном материале.
17. Показать специфику деятельности профессионального копирайтера, с учетом региональных особенностей.
18. Проанализировать одну из рекламных компаний, проходивших в регионе и выделите в ней работу копирайтеров, ее сильные и слабые стороны.
19. Сделать тематическую выборку рекламных текстов, появляющиеся в местных средствах массовой информации и дать анализ их стилевых особенностей.

Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка. Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.

Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титульный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

Тематика для мультимедийных презентаций

1. Сущность сравнительного подхода к созданию рекламных текстов.
2. Особенности эмоционального подхода.
3. Фактический подход: различные пути воздействия на потребителя
4. Классификация рекламных текстов на основе следования литературным жанрам.
5. Особенности рекламных текстов для телевизионной рекламы.

6. Особенности текстов для рекламы на радио и в интерактивных средствах информации.
7. Своеобразие текстов для наружной рекламы.
8. Тексты для внутримagaзинной рекламы и их особенности.

Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «Копирайтинг»

Дисциплина «Копирайтинг» читается в течение 1 семестра по два часа в неделю.

Семинарские/практические занятия призваны научить студента самостоятельно работать с учебными текстами, анализировать материал. В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить внимание на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет опрос теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций, отображающих основные идеи темы занятия в их взаимной взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть короткими и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

Устный опрос является одним из основных способов учета знаний студентов.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.

Фронтальный опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой. Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

Индивидуальный опрос предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

Письменная проверка наряду с устной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, попытаться объективности оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

Методические рекомендации по использованию информационно-коммуникативных технологий обучения

Каждое семинарское занятие имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные как общекультурные, так и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой позволяет работать индивидуально и в малых группах, коллективно обсуждать определенный тематический материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов. При осмыслении содержания вопросов практических занятий преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы.

Компьютерное тестирование позволяет осуществлять итоговый контроль знаний студентов. Тестовый материал включает в себя содержание вопросов по каждому из обозначенных программой разделов.

Каждый вопрос предполагает несколько вариантов ответов, среди которых имеются абсолютно неверный, правильный и в большей или меньшей степени раскрывающий сущность вопроса. В процессе компьютерного тестирования задача студентов определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов. В тестовых заданиях есть вопросы на соответствие. В процессе компьютерного тестирования, задача студента определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов.

Вопросы и темы, отводимые на выполнение самостоятельной работы по дисциплине, а также критерии оценивания по каждому виду работы содержатся в разделе 8 РПД.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Виды контроля.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

Балльная структура оценки

| Форма контроля | Макс. кол-во баллов |
|----------------|---------------------|
|----------------|---------------------|

| | |
|---|------------|
| Текущая оценка студента в течение 1-8 недели, в том числе: | 25 |
| - устный ответ | 5 |
| - выполнение заданий на практических занятиях | 2 |
| - самостоятельная работа | 10 |
| - реферат | 5 |
| - презентация | 3 |
| 1-я рубежная письменная контрольная работа | 25 |
| Текущая оценка студента в течение 10-17 недели, в том числе: | 25 |
| - устный ответ | 5 |
| - выполнения заданий на практических занятиях | 2 |
| - самостоятельных работ | 10 |
| - реферат | 5 |
| - презентация | 3 |
| 2-я рубежная письменная контрольная работа | 25 |
| Итого | 100 |

Методика формирования результирующей оценки

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

1-я рубежная аттестация - максимально 50 баллов; из них:

- от 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;
- от 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях;

2-я рубежная аттестация – максимально 50 баллов; из них:

- от 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;
- от 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях.

Промежуточный контроль:

За устный ответ на зачете студент получает 0-50 баллов.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов, автоматически получают «Зачет».

Результирующая оценка складывается в соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы обучения по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ.

8.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Темы и критерии оценивания самостоятельной работы

Оценочный лист защиты рефератов

| Наименование показателя | Выявленные недостатки и замечания | Баллы |
|---|-----------------------------------|-------|
| 1. Качество исследовательской работы (реферата, экономического обзора) | | |
| 1. Грамотность изложения и качество оформления работы | | 0,5 |
| 2. Самостоятельность выполнения работы, глубина проработки материала, использование рекомендованной и справочной литературы | | 0,5 |
| 3. Обоснованность и доказательность | | 1 |

| | | |
|---|--|-----|
| ВЫВОДОВ | | |
| Общая оценка за выполнение ИР | | 2 |
| II. Качество доклада | | |
| 1. Соответствие содержания доклада содержанию работы | | 0,5 |
| 2. Выделение основной мысли работы | | 0,5 |
| 3. Качество изложения материала | | 0,5 |
| Общая оценка за доклад | | 1,5 |
| III. Ответы на дополнительные вопросы по содержанию работы | | |
| Вопрос 1 | | 0,5 |
| Вопрос 2 | | 0,5 |
| Вопрос 3 | | 0,5 |
| Общая оценка за ответы на вопросы | | 1,5 |
| Итоговая оценка за защиту | | 5 |

Критерии оценивания студента за подготовку презентации

| Критерии/баллы | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---------------------------|--|---|--|---|
| Содержание презентации | Четко сформулирована цель и раскрыта тема исследования. В краткой форме дана полная информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы. | Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы. | Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто. Информация по теме исследования неточна. Проблема до конца не решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы. | Не сформулирована цель и тема исследования. Проблема не решена. |
| Дизайн презентации | Соблюдается единый стиль оформления. Презентация красочная и интересная. Используются эффекты анимации, фон, фотографии. В презентации присутствуют авторские находки. | Соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фон. | Не соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Эффекты и фон не используются. | Не соблюдается стиль оформления. Слайды просты в понимании. |
| Представление презентации | Автор хорошо владеет материалом по теме исследования. Использует научную терминологию. Обладает навыками ораторского искусства. Полно и точно цитируется использованная литература | Автор владеет материалом по теме исследования, но не смог заинтересовать аудиторию. Недостаточно цитируется литература. | Автор не показал компетентности в представлении презентации. Использованные факты не вызывают доверия. Недостаточно цитируется литература. | Представлены искаженные данные |

Критерии оценки устного и/или письменного ответа на практическом занятии

| Оценка | Критерий |
|--------|---|
| 5 | Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, ответ структурирован, даны правильные аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется высокий уровень участия в дискуссии. |
| 4 | Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, но имеются неточности, при этом ответ неструктурирован и демонстрируется средний уровень участия в дискуссии. |
| 3 | Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется низкий уровень участия в дискуссии, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия. |
| 2 | Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, демонстрируется слабое владение категориальным аппаратом, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, участие в дискуссии отсутствует, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия. |

8.2. Оценочные средства для проведения рубежной аттестации

Критерии оценивания результатов рубежного тестирования

Всего в тесте 25 вопросов. За каждый правильный ответ ставится 1 балл.

Рубежная аттестация проводится в виде контрольной работы в форме тестирования.

Примеры тестовых заданий для проведения рубежной аттестации

1. Копирайтинг – это
 - а) Деятельность по созданию рекламных плакатов
 - б) Деятельность по созданию рекламных эскизов
 - в) Деятельность по написанию рекламных текстов
 - г) Работа с клиентами в рекламном агентстве

2. Чем услуга отличается от товара?
 - а) Услугу характеризует нематериальность и несохраняемость
 - б) Услугу характеризует длительная сохраняемость
 - в) Услуга является продуктом производства
 - г) Услугу можно вернуть

3. Работа над рекламным текстом НЕ требует
 - а) Дизайнерских навыков
 - б) Знания правил и норм языка
 - в) Лингвистических знаний
 - г) Знания художественной литературы

4. ФЗ «О рекламе» - основной документ, регулирующий рекламную деятельность
 - а) Впервые принят в 1995 г. и переиздан в 2006 г.
 - б) Впервые принят в 1991 г. и переиздан в 2002 г.

- в) Впервые принят в 1998 г. и переиздан в 2005 г.
- г) Впервые принят в 1996 г. и переиздан в 2009 г.

5. Рерайт, рерайтинг — это

- а) Переработка уже существующих рекламных эскизов
- б) Работа с клиентами в рекламном агентстве
- в) Использование чужого рекламного слогана
- г) Переписывание своими словами, переработка уже написанного текста

6. Какая фраза будет НЕУДАЧНОЙ с точки зрения внушения:

- а) Остров наслаждений ждет Вас!
- б) Купите наш тур и Вы не пожалеете!
- в) Самый модный курорт европейцев!
- г) Подарите сказочный отдых себе и своим близким!

7. Какого вида рекламы не бывает?

- а) Конкурентной
- б) Предварительной
- в) Первоначальной
- г) Сохранной

8. Как следует понимать термин «креативный»: креативная реклама, креативный слоган:

- а) Творческий
- б) Специальный
- в) Профессиональный
- г) Шокирующий

9. Что представляет собой слоган?

- а) Часть рекламного текста
- б) Рекламный жанр
- в) Лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения
- г) Стилистический прием

10. Что представляет собой эхо-фраза?

- а) Часть рекламного текста
- б) Рекламный жанр
- в) Стилистический прием
- г) Завершающий элемент структуры рекламного текста, придающий законченность рекламному тексту и закрепляющий информацию в памяти потребителя

8.3. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Критерии оценивания ответа студента на зачете

| Характеристика ответа | Баллы |
|--|-------|
| Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. | 46-50 |

| | |
|--|-------|
| Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа. | 41-45 |
| Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. | 36-40 |
| Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. | 31-35 |
| Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. | 26-30 |
| Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. | 21-25 |
| Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины. | 1-20 |
| Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины. | 0 |

Зачет проводится в устной форме.

Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине

1. Предмет «Копирайтинга», его место и роль в системе рекламного бизнеса.
2. Междисциплинарный характер «Копирайтинга».
3. Особенности личности копирайтера.
4. Виды печатной рекламы.
5. Особенности «дразнящей рекламы».
6. В чем состоит отличие реклама прямого отклика от других видов печатной рекламы.
7. Методы создания печатной рекламы.
8. Суть метода Бернбаха и возможности его применения для создания печатной рекламы.

9. Элементы, из которых состоит аннотация. Значение аннотации для разработки рекламной стратегии.
10. Рекламная стратегия: суть и структура.
11. Как соотносятся аннотация и творческое резюме.
12. Составляющие креативной стратегии.
13. Позиционирование бренда и имидж бренда как составляющие креативной стратегии.
14. Понятие целевой аудитории.
15. Интонация, содержащаяся в рекламном тексте и изображении.
16. Выработка рекламного предложения (обращения).
17. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы.
18. Рамка или рамочный макет. Особенности и возможности использования.
20. Принципы соотношения текста и изображения в печатной рекламе.
21. Основные особенности заголовка.
22. Методики написания заголовка.
23. Типы заголовков с точки зрения их содержания.
24. Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания.
25. Способ написания заголовков по Глиму.
26. Варианты подзаголовков.
27. Слоган как интегральная часть всей рекламной компании. Характеристики слогана.
28. Структура и форматирование основного текста рекламы.
29. Использование шестиступенчатой формулы Глима для написания рекламного текста.
30. Классификация стилей рекламных текстов.

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

| Уровень сформированности компетенций | | | |
|---|---|--|---|
| «Минимальный уровень не достигнут» (менее 55 баллов) | Минимальный уровень» (56-70 баллов) | «Средний уровень» (71-85 баллов) | «Высокий уровень» (86-100 баллов) |
| <p>Компетенции не сформированы.</p> <p>Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.</p> | <p>«Компетенции сформированы.</p> <p>Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p> | <p>Компетенции сформированы.</p> <p>Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p> | <p>Компетенции сформированы.</p> <p>Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p> |
| Описание критериев оценивания | | | |
| Обучающийся | Обучающийся | Обучающийся | Обучающийся |

| | | | |
|--|---|---|---|
| <p>демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности. | <p>демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить. | <p>демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности. | <p>демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы. |
| <p>Оценка «неудовлетворительно» /незачтено</p> | <p>Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»</p> | <p>Оценка «хорошо» / «зачтено»</p> | <p>Оценка «отлично» / «зачтено»</p> |

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) нормативно-правовые документы

- 1 Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) "О средствах массовой информации": Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/
- 2 Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) Электронный ресурс]. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
- 3 Федеральный закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ (ред. от 05.05.2014) "О государственном языке Российской Федерации" Электронный ресурс]. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749/
- 4 Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 34-ФЗ "О внесении изменений в статью 4 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" и статью 13.21 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях": [Электронный ресурс]. <http://www.garant.ru/news/538999/#ixzz6gA0E6feh>

б) основная литература:

1. Кашаева, Е.Ю. Теория и практика спичрайтинга: учебник для бакалавров: [16+] / Е.Ю. Кашаева, Л.Г. Павлова; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2019. – 318 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598561>
2. Тренинг публичных выступлений : учебник / Е.В. Камнева, Ж.В. Коробанова, М.В. Полевая и др. ; под ред. Е.В. Камневой, М.В. Полевой, Ж.В. Коробановой ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – Москва : Прометей, 2017. – 205 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494878> (дата обращения: 31.01.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907003-88-0. – Текст: электронный

в) дополнительная литература:

1. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457495>
2. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 288 с. : ил. – (Бизнес-класс). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458>
3. Филиппова, О.А. Обучение эмоциональному речевому воздействию: учебное пособие / О.А. Филиппова. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2017. – 143 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114481> (дата обращения: 24.01.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-1230-6. – Текст : электронный.

г) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы

Обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам ((требуется регистрация в библиотеке СОГУ):

1. Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ (ЭБД РГБ) (<https://dvs.rsl.ru>).
2. ЭБС «Университетская библиотека online» (<https://biblioclub.ru>).
3. ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru» (<http://elibrary.ru>).
4. Универсальная баз данных East View (<https://dlib.eastview.com>). Логин: Khetagurov; Пароль: Khetagurov
5. ЭБС «Консультант студента». <http://www.studentlibrary.ru>
6. ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям (www.biblio-online.ru)
7. Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://www.garant.ru/>).

8. Справочная правовая система Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>).

д) рекомендуемые интернет-адреса:

1. <https://fipi.ru/>

2. <http://www.slovari.ru/start.aspx?s=0&p=3050>

10. Материально-техническое оснащение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), выполнения контрольных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся: стол преподавательский, стул преподавательский, парты аудиторные, кафедра, интерактивная доска, доска, ноутбук, колонки, учебно – наглядные пособия. программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор No 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.

2. Система тестирования Sunrav WEB Class – договор No468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)

3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 до 14.03.2019.

4. Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ - договор N 2015611829 от 06.02.2015(бессрочно)

Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина, дом 44-46 Учебный корпус №2 Ауд. 107., ауд. 208.

Компьютерный класс: стол преподавательский, стул преподавательский, парты аудиторные, компьютерные столы, компьютеры, аудиосистема, микрофон, сетевое подключение, доска программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор No 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.

2. Система тестирования Sunrav WEB Class – договор No468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)

3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 от от 26.02. 2018 26.02. от 26.02. 2018 2018 от 26.02. 2018 до от 26.02. 2018 14.03.2019

4. Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ - договор N 2015611829 от 06.02.2015(бессрочно)

Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина, дом 44-46 Учебный корпус №2. Ауд. 208.

Библиотека, в том числе читальный зал: столы, стулья, ПК обучающихся программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор N 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.

2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 от от 26.02. 2018 26.02. от 26.02. 2018 2018 от 26.02. 2018 до от 26.02. 2018 14.03.2019

1. [ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»](#)

Договор №171-12,2019 от 10.02.2020 г. срок действия с 10.02.2020 г. по 31.12.2020 г.

2. [Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ.](#)

Договор №095/04/0130 от 01.07.2019 г. срок действия с 05.08.2019 г. по 05.11.19 г. В связи с пандемией доступ продлен до 1.12.2020 г.

3. [ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»](http://eLibrary.ru). Лицензионное соглашение № 5051 от 02.09.2009 г. (бессрочное)

4. [ЭБС «Консультант студента»](#).

Договор №208СЛ/01-2020 срок действия с 26.01.2020 г. по 26.02.2021 г.

5. База данных «ЭБС eLibrary». Договор № SU-20-12/2016-1 от 28.12.2016 г. Лицензионное соглашение № 4758 срок действия с 29.12.2016 г. по 28.12.2026 г.

6. [ЭБС «Юрайт» — образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям](#).

Договор №32008816384 срок действия с 01.03.2020 г. по 28.02 2021 г.

Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Церетели, 16.

11. Лист обновления/актуализации

Программа обновлена.

1. Обновлен список основной и дополнительной литературы.

2. Обновлен перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

Внесённые изменения и дополнения утверждены на заседании кафедры медиакоммуникаций и мультимедийных технологий

(протокол №10 от «22» мая 2020 г.)

Зав. каф. _____ М.Л. Бабочиева

Одобрена советом факультета журналистики

(протокол №5 от «26» июня 2020 г.)

Председатель _____ Ф.С. Хабалова