



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра рекламы и связей с общественностью**

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана факультета бизнес-коммуникаций  
и информатики

М.Г. Синчурина

«24» апреля 2024 г

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.О.25 Копирайтинг**

*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))*

Направление подготовки:

**42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью**

*(код, наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) подготовки:

**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочная

*(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий\*))*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы и связей с общественностью:

Протокол № 7 от «24» апреля 2024 г.

Протокол № 8 от «22» апреля 2024 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

. Рабинович

## СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов .....	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	7
4.3 Содержание учебного материала .....	11
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ .....	13
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов .....	13
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов .....	15
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....	19
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	19
а) основная литература .....	19
б) дополнительная литература .....	19
в) периодическая литература .....	19
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы .....	19
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	20
6.1. Учебно-лабораторное оборудование .....	20
6.2. Программное обеспечение .....	22
6.3. Технические и электронные средства .....	22
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	22
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	23
8.1. Оценочные средства текущего контроля .....	23
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....	27

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Цели:** Сформировать у студентов комплекс теоретических знаний и практических навыков в сфере копирайтинга, достаточный для того, чтобы самостоятельно создавать рекламные и PR-тексты для различных каналов коммуникации, участвовать в разработке творческой концепции рекламного продукта, оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие рекламных и PR-сообщений.

### **Задачи:**

— формирование представления о сути копирайтинга, об этапах, принципах и методах создания рекламных и PR-текстов в целом; и их наиболее важных составных частях и видах;

— ознакомление с разнообразием форм, типов, стилей и жанров рекламных и PR-текстов;

— формирование базовых навыков разработки концепций рекламного обращения для создания рекламных и PR-сообщений; навыков генерации идеи и разработки нескольких вариантов текста;

— ознакомление со средствами коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, и привитие базовых навыков использования этих средств при создании рекламного продукта;

— формирование навыков создания текстов для различных каналов коммуникации;

— получение опыта публичной презентации результатов профессиональной деятельности;

— ознакомление с особенностями работы копирайтеров в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Копирайтинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере создания рекламного и PR-продукта и отработки практических навыков в области создания различного рода текстов, направленных на продвижение товара/услуги/марки/фирмы.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

— Креативные решения в рекламе и связях с общественностью;

— Методы поиска творческих идей;

— Этические нормы рекламы и связей с общественностью;

— Основы режиссуры;

— Русский язык и культура речи;

— Стилистика и литературное редактирование;

— Основы интегрированных коммуникаций;

— Маркетинг.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

— Брендинг;

— Организация рекламных и пиар-кампаний;

— Цифровой маркетинг;

— Технология производства коммуникативного продукта.

### **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

#### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
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-1.1	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	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-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	ОПК-3.2	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

### **IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**

Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов, в том числе 13 часов на контроль, из них 9 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 255 часов самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой, экзамен.

**4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов**

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа		
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации			
1	Введение в копирайтинг. Понятие и виды. Проблемы продвижения. Бриф. Функции, виды, структура брифов. вопросы для разработки коммуникации. Базовые принципы создания рекламы. Работа на результат. Технология SMART. Закон о рекламе 38-ФЗ	5	2	6	0	30		
2	Малые формы в копирайтинге. Нейминг. Критерии идеального названия. Этапы создания имени бренда. Техники образования имен. Лингвистический и маркетинговый фильтр. Регистрация названий. Слоган как элемент корпоративной идентичности. Критерии хорошего слогана. Виды слоганов. Способы придания слогану художественной ценности.	5	2	0	0	30		
3	Сторителлинг. Цели и задачи. Сферы использования. Ключевые параметры увлекательной истории. Основные типы историй.	5	0	0	0	30		

4	Общие правила создания текстов. Классификации основного рекламного текста. Структура основного текста. Рекомендации по оформлению текстов. Особенности печатных текстов. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах. Структура новости, статьи, пресс-релиза. Заголовки. Виды заголовков. Приёмы повышения художественной и маркетинговой ценности заголовка.	5	0	0	0	40	
<b>Итого за 5 семестр</b>			<b>4</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>130</b>	<b>ЗаО (4)</b>
5	Специфика текстов для различных каналов коммуникации: радио, подкасты, ТВ, YouTube и блогеры, наружная реклама, полиграфическая реклама, деловой копирайтинг.	6	2	2	0	35	
6	Особенности создания PR-текстов. Пресс-релиз, статья, интервью. Использование Википедии. Поздравления и подарки. Спичрайтинг. Сценарии мероприятий.	6	2	0	0	35	
7	Копирайтинг в интернете. Понятие продающих текстов. Структура продающего текста. Основные модели. Отрицательная и положительная мотивация. Структура email-письма. Специфика текстов для корпоративных сайтов, лендингов, социальных сетей. SEO-копирайтинг, задачи. Параметры текста, влияющие на ранжирование страницы.	6	0	2	0	35	

8	Самопрезентация. Структура самопрезентации в различных ситуациях. Мотивационное письмо. Примерная структура. Подготовка к собеседованию у работодателя.	6	0	2	0	20	
<b>Итого за 6 семестр</b>			<b>4</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>125</b>	<b>Экз (9)</b>
<b>Итого часов</b>			<b>8</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>255</b>	

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно- методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- нием ДОТ)		
5	Введение в копирайтинг. Понятие и виды. Проблемы продвижения. Бриф. Функции, виды, структура брифов. вопросы для разработки коммуникации. Базовые принципы создания рекламы. Работа на результат. Технология SMART. Закон о рекламе 38-ФЗ	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену, Подготовка к зачету с оценкой</p>	сентябрь	30 (30)	УО	bki.forlabs

5	<p>Малые формы в копирайтинге.  Нейминг.  Критерии идеального названия. Этапы создания имени бренда.  Техники образования имен.  Лингвистический и маркетинговый фильтр.  Регистрация названий.  Слоган как элемент корпоративной идентичности.  Критерии хорошего слогана. Виды слоганов.  Способы придания слогану художественной ценности.</p>	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену, Подготовка к зачету с оценкой</p>	октябрь	30 (30)	КЛ, УО	bki.forlabs
5	<p>Сторителлинг.  Цели и задачи.  Сферы использования.  Ключевые параметры увлекательной истории.  Основные типы историй.</p>	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену, Подготовка к зачету с оценкой</p>	ноябрь	30 (30)	УО	bki.forlabs



5	<p>Общие правила создания текстов. Классификации основного рекламного текста. Структура основного текста. Рекомендации по оформлению текстов. Особенности печатных текстов. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах. Структура новости, статьи, пресс-релиза. Заголовки. Виды заголовков. Приёмы повышения художественной и маркетинговой ценности заголовка.</p>	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену, Подготовка к зачету с оценкой</p>	ноябрь-декабрь	40 (40)	КЛ	bki.forlabs
6	<p>Специфика текстов для различных каналов коммуникации: радио, подкасты, ТВ, YouTube и блогеры, наружная реклама, полиграфическая реклама, деловой копирайтинг.</p>	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену, Подготовка к зачету с оценкой</p>	февраль-март	35 (35)	Пз	bki.forlabs

6	<p>Особенности создания PR-текстов. Пресс-релиз, статья, интервью.</p> <p>Использование Википедии.</p> <p>Поздравления и подарки.</p> <p>Спичрайтинг.</p> <p>Сценарии мероприятий.</p>	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену, Подготовка к зачету с оценкой</p>	март-апрель	35 (35)	Пз	bki.forlabs
6	<p>Копирайтинг в интернете.</p> <p>Понятие продающих текстов.</p> <p>Структура продающего текста.</p> <p>Основные модели.</p> <p>Отрицательная и положительная мотивация.</p> <p>Структура email-письма.</p> <p>Специфика текстов для корпоративных сайтов, лендингов, социальных сетей. SEO-копирайтинг, задачи.</p> <p>Параметры текста, влияющие на ранжирование страницы.</p>	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену, Подготовка к зачету с оценкой</p>	апрель-май	35 (35)	Пз	bki.forlabs

6	Самопрезентация. Структура самопрезентации в различных ситуациях. Мотивационное письмо. Примерная структура. Подготовка к собеседованию у работодателя.	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p> <p><b>Для формирования умений:</b> подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к экзамену, Подготовка к зачету с оценкой</p>	май	20 (20)	УО	bki.forlabs
<b>Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)</b>				<b>255</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				<b>255</b>		
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>				<b>255</b>		

#### 4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	8
--------------------------------	---

<p>Наименование основных разделов (модулей)</p>	<p>Введение в копирайтинг. Понятие и виды. Проблемы продвижения. Бриф. Функции, виды, структура брифов. вопросов для разработки коммуникации. Базовые принципы создания рекламы. Работа на результат. Технология SMART. Закон о рекламе 38-ФЗ</p> <p>Малые формы в копирайтинге. Нейминг. Критерии идеального названия. Этапы создания имени бренда. Техники образования имен. Лингвистический и маркетинговый фильтр. Регистрация названий. Слоган как элемент корпоративной идентичности. Критерии хорошего слогана. Виды слоганов. Способы придания слогану художественной ценности. Сторителлинг. Цели и задачи. Сферы использования. Ключевые параметры увлекательной истории. Основные типы историй.</p> <p>Общие правила создания текстов. Классификации основного рекламного текста. Структура основного текста. Рекомендации по оформлению текстов. Особенности печатных текстов. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах. Структура новости, статьи, пресс-релиза. Заголовки. Виды заголовков. Приёмы повышения художественной и маркетинговой ценности заголовка.</p> <p>Специфика текстов для различных каналов коммуникации: радио, подкасты, ТВ, YouTube и блогеры, наружная реклама, полиграфическая реклама, деловой копирайтинг.</p> <p>Особенности создания PR-текстов. Пресс-релиз, статья, интервью. Использование Википедии. Поздравления и подарки. Спичрайтинг. Сценарии мероприятий.</p> <p>Копирайтинг в интернете. Понятие продающих текстов. Структура продающего текста. Основные модели. Отрицательная и положительная мотивация. Структура email-письма. Специфика текстов для корпоративных сайтов, лендингов, социальных сетей. SEO-копирайтинг, задачи. Параметры текста, влияющие на ранжирование страницы.</p> <p>Самопрезентация. Структура самопрезентации в различных ситуациях. Мотивационное письмо. Примерная структура. Подготовка к собеседованию у работодателя.</p>
<p>Формы текущего контроля</p>	<p>Практическое задание, устный опрос, конспект лекций</p>
<p>Форма промежуточной аттестации</p>	<p>Зачет с оценкой, экзамен</p>

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Работа с брифом.	6 (0)	Пз	ОПК-1.2
2	5	Создание сценария для радиорекламы. Создание сценария для видеорекламы. Разработка идей для наружной и полиграфической рекламы. Создание делового письма.	2 (0)	Пз	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
3	7	Изучение структуры продающего текста. Создание продающих текстов и постов на заданные темы.. SEO-копирайтинг. Знакомство с технологией.	2 (0)	Пз	ОПК-1.1, ОПК-1.2
4	8	Создание мотивационного письма.	2 (0)	Пз	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1

#### 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Введение в копирайтинг. Понятие и виды. Проблемы продвижения. Бриф. Функции, виды, структура брифов. вопросов для разработки коммуникации. Базовые принципы создания рекламы. Работа на результат. Технология SMART. Закон о рекламе 38-ФЗ	Понятие и виды копирайтинга. Проблемы продвижения.. Технология постановки целей SMART.	ОПК-1	ОПК-1.1 ОПК-1.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
2	Малые формы в копирайтинге. Нейминг. Критерии идеального названия. Этапы создания имени бренда. Техники образования имен. Лингвистический и маркетинговый фильтр. Регистрация названий. Слоган как элемент корпоративной идентичности. Критерии хорошего слогана. Виды слоганов. Способы придания слогану художественной ценности.	Техники образования имен.. Регистрация названий.	ОПК-1	ОПК-1.1 ОПК-1.2
3	Сторителлинг. Цели и задачи. Сферы использования. Ключевые параметры увлекательной истории. Основные типы историй.	Сферы использования сторителлинга	ОПК-1, ОПК-3	ОПК-1.1 ОПК-3.1
4	Общие правила создания текстов. Классификации основного рекламного текста. Структура основного текста. Рекомендации по оформлению текстов. Особенности печатных текстов. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах. Структура новости, статьи, пресс-релиза. Заголовки. Виды заголовков. Приёмы повышения художественной и маркетинговой ценности заголовка.	Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах.. Изучение российского и зарубежного опыта создания текстов и заголовков	ОПК-1, ОПК-3	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2
5	Специфика текстов для различных каналов коммуникации: радио, подкасты, ТВ, YouTube и блогеры, наружная реклама, полиграфическая реклама, деловой копирайтинг.	Изучить подкасты, их особенности, сферы применения.. Особенности текстов блогеров в зависимости от специализации	ОПК-1	ОПК-1.1 ОПК-1.2
6	Особенности создания PR-текстов. Пресс-релиз, статья, интервью. Использование Википедии. Поздравления и подарки. Спичрайтинг. Сценарии мероприятий.	Изучить специфику создания статей для Википедии как инструмент продвижения	ОПК-1, ОПК-3	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-3.1

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
7	Копирайтинг в интернете. Понятие продающих текстов. Структура продающего текста. Основные модели. Отрицательная и положительная мотивация. Структура email-письма. Специфика текстов для корпоративных сайтов, лендингов, социальных сетей. SEO-копирайтинг, задачи. Параметры текста, влияющие на ранжирование страницы.	Анализ постов в социальных сетях. Создание постов на заданные темы.	ОПК-1, ОПК-3	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-3.2
8	Самопрезентация. Структура самопрезентации в различных ситуациях. Мотивационное письмо. Примерная структура. Подготовка к собеседованию у работодателя.	Подготовить устную самопрезентацию.	ОПК-1, ОПК-3	ОПК-1.2 ОПК-3.1 ОПК-3.2

#### **4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной

теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

**Подготовка к лекции.** Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к практическому занятию.** Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к контрольной работе.** Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

**Подготовка к экзамену.** Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

#### **Формы внеаудиторной самостоятельной работы**

**Составление глоссария** Цель самостоятельной работы: повысить уровень



информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина

Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Разработка проекта** (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

**Информационный поиск** Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;

- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

**Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титольный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ

22 июня 2012 г.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **а) основная литература**

1. Кузнецов, Павел Александрович. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Текст] : научное издание / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков и К', 2012. - 259 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 252-257. - ISBN 978-5-394-01184-9 : 171.20 р.

#### **б) дополнительная литература**

1. Бердышев, Сергей Николаевич. Рекламный текст. Методика составления и оформления / С. Н. Бердышев. - 2-е изд. - М. : Дашков и К', 2010. - 251 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 246-251. - ISBN 978-5-394-00914-3 : 149.80 р.

2. Бердышев, Сергей Николаевич. Секреты эффективной интернет-рекламы [Текст] : практ. пособие / С. Н. Бердышев. - М. : Дашков и К', 2014. - 120 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 119-120. - ISBN 978-5-394-01667-7 : 136.29 р.

3. Иванова, Кира Алексеевна. Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов [Текст] : научное издание / К. А. Иванова. - 3-е изд., обновленное и доп. - СПб. : Питер, 2010. - 173 с. ; 21 см. - (Маркетинг для профессионалов). - Библиогр.: с. 172-173. - ISBN 978-5-49807-808-3 : 91.63 р.

4. Реклама: язык, речь, общение [Текст] : учеб. пособие / ред.: О. Я. Гойхман, В. М. Лейчик. - М. : Инфра-М, 2011. - 287 с. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 257-260. - ISBN 978-5-16-003389-1 : 202.44 р., 231.36 р.

5. Шугерман, Джозеф. Искусство создания рекламных посланий [Текст] : справочник выдающегося американского копирайтера / Д. Шугерман ; пер. с англ. С. М. Кирова. - М. : Эксмо, 2011. - 436 с. ; 24 см. - ISBN 978-5-699-36984-3 : 532.00 р., 532.00 р.

#### **в) периодическая литература**

Нет.

#### **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

2. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

3. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная

библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № бК-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

## **VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Учебно-лабораторное оборудование**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
---	---	--

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
--	---	---

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014  Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)  Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

### 6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2019	Условия правообладателя

### 6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
---------------------	---

Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1				
2				
3				
4				
5				
6				

**VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### 8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
-------	--------------	-------------------------------	--



1	Практическое задание	<p>Введение в копирайтинг. Понятие и виды. Проблемы продвижения. Бриф. Функции, виды, структура брифов. вопросов для разработки коммуникации. Базовые принципы создания рекламы. Работа на результат. Технология SMART. Закон о рекламе 38-ФЗ.</p> <p>Малые формы в копирайтинге. Нейминг. Критерии идеального названия. Этапы создания имени бренда. Техники образования имен. Лингвистический и маркетинговый фильтр. Регистрация названий. Слоган как элемент корпоративной идентичности. Критерии хорошего слогана. Виды слоганов. Способы придания слогану художественной ценности..</p> <p>Сторителлинг. Цели и задачи. Сферы использования. Ключевые параметры увлекательной истории. Основные типы историй..</p> <p>Общие правила создания текстов.</p> <p>Классификации основного рекламного текста. Структура основного текста. Рекомендации по оформлению текстов. Особенности печатных текстов. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах. Структура новости, статьи, пресс-релиза. Заголовки. Виды заголовков. Приёмы повышения художественной и маркетинговой ценности заголовка..</p> <p>Специфика текстов для различных каналов коммуникации: радио, подкасты, ТВ, YouTube и блогеры, наружная реклама, полиграфическая реклама, деловой копирайтинг..</p> <p>Особенности создания PR-текстов. Пресс-релиз, статья, интервью. Использование Википедии.</p> <p>Поздравления и подарки. Спичрайтинг.</p> <p>Сценарии мероприятий..</p> <p>Копирайтинг в интернете. Понятие продающих текстов. Структура продающего текста. Основные модели. Отрицательная и положительная мотивация. Структура email-письма. Специфика текстов для корпоративных сайтов, лендингов, социальных сетей. SEO-копирайтинг, задачи. Параметры текста, влияющие на ранжирование страницы..</p> <p>Самопрезентация. Структура самопрезентации в различных ситуациях. Мотивационное письмо. Примерная структура. Подготовка к собеседованию у работодателя..</p>	ОПК-1.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-1.1
---	----------------------	--	------------------------------------

2	Устный опрос	<p>Введение в копирайтинг. Понятие и виды. Проблемы продвижения. Бриф. Функции, виды, структура брифов. вопросов для разработки коммуникации. Базовые принципы создания рекламы. Работа на результат. Технология SMART. Закон о рекламе 38-ФЗ.</p> <p>Малые формы в копирайтинге. Нейминг. Критерии идеального названия. Этапы создания имени бренда. Техники образования имен. Лингвистический и маркетинговый фильтр. Регистрация названий. Слоган как элемент корпоративной идентичности. Критерии хорошего слогана. Виды слоганов. Способы придания слогану художественной ценности..</p> <p>Сторителлинг. Цели и задачи. Сферы использования. Ключевые параметры увлекательной истории. Основные типы историй..</p> <p>Самопрезентация. Структура самопрезентации в различных ситуациях. Мотивационное письмо. Примерная структура. Подготовка к собеседованию у работодателя..</p>	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
3	Конспект лекций	<p>Малые формы в копирайтинге. Нейминг. Критерии идеального названия. Этапы создания имени бренда. Техники образования имен. Лингвистический и маркетинговый фильтр. Регистрация названий. Слоган как элемент корпоративной идентичности. Критерии хорошего слогана. Виды слоганов. Способы придания слогану художественной ценности..</p> <p>Общие правила создания текстов. Классификации основного рекламного текста. Структура основного текста. Рекомендации по оформлению текстов. Особенности печатных текстов. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах. Структура новости, статьи, пресс-релиза. Заголовки. Виды заголовков. Приёмы повышения художественной и маркетинговой ценности заголовка..</p>	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2

### **Примеры оценочных средств для текущего контроля**

#### **Демонстрационный вариант теста**

*1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Копирайтинг - это

а. создание текста с целью продвижения товара, услуги, компании, человека, события, территории, идеи.

б. создание текстов для онлайн-сферы: сайтов, лендингов, социальных сетей и пр.

с. авторское право

2. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Бриф - это

а. технический паспорт

б. пресс-релиз, посвященный брифингу

с. техническое задание, в котором заказчик отвечает на ключевые вопросы, которые важны для реализации проекта и ставит задачи исполнителю

## **8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

### **Вопросы к зачету с оценкой:**

1. Понятие и виды копирайтинга.

2. Функции и структура брифа.

3. Закон о рекламе 38-ФЗ

4. Нейминг. Критерии идеального названия. Этапы создания названия.

5. Слоган как элемент корпоративной идентичности. Критерии хорошего слогана.

Способы придания слогану художественной ценности.

6. Сторителлинг. Цели и задачи. Сферы использования.

7. Ключевые параметры увлекательной истории. Основные типы историй.

8. Общие правила создания текстов. Общие требования к оформлению текстов.

9. Журналистские жанры в рекламных и PR-материалах.

10. Структура новости, статьи, пресс-релиза.

11. Заголовки. Виды заголовков. Приёмы повышения художественной и маркетинговой ценности заголовка

### **Вопросы к экзамену:**

1. Специфика текстов для радио, ТВ, видео, подкастов

2. Специфика текстов для прессы и полиграфической продукции.

3. Особенности делового копирайтинга

4. Особенности создания PR-текстов. Пресс-релиз, статья, интервью

5. Спичрайтинг. Особенности текстов для устных выступлений.

6. Копирайтинг в интернете. Понятие и структура продающего текста. Структура email-письма.

7. Специфика текстов для корпоративных сайтов, лендингов, социальных сетей. SEO-копирайтинг. Параметры текста, влияющие на ранжирование страницы

8. Самопрезентация. Структура самопрезентации в различных ситуациях.

9. Мотивационное письмо. Примерная структура.

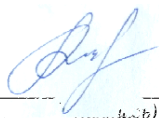
### **Примеры заданий к зачету с оценкой:**

1. Практическое задание. Закон о рекламе 38-ФЗ. Анализ примеров нарушения закона о рекламе.

### **Другие оценочные средства:**

Практические задания по созданию текстов.

**Разработчики:**



\_\_\_\_\_ (занимаемая должность)

Л.В. Леоненко  
\_\_\_\_\_ (инициалы, фамилия)

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

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью  
Протокол № 8 от «22» апреля 2024 г.

зав. кафедры



В.Ю. Рабинович

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*