

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Пекаревский Борис Владимирович  
Должность: Проректор по учебной и методической работе  
Дата подписания: 17.11.2022 13:32:18  
Уникальный программный ключ:  
3b89716a1076b80b2c167df0f27c09d01782ba84



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный технологический институт  
(технический университет)»  
(СПбГТИ(ТУ))

**Рабочая программа модуля  
КОПИРАЙТИНГ**

Направление подготовки

**42.03.01- РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность программы бакалавриата:  
**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

Уровень подготовки

**Бакалавриат**

Форма обучения

**Очная**

Факультет **Экономики и менеджмента**  
Кафедра **Управления персоналом и рекламы**

Санкт-Петербург

2019

## Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	3
2. Место модуля в структуре образовательной программы .....	5
3. Объем модуля .....	6
4. Содержание модуля.....	7
4.1. Разделы модуля и виды занятий .....	7
4.2. Занятия лекционного типа .....	8
4.3. Занятия семинарского типа. ....	13
4.3.1. Семинары, практические занятия. ....	13
4.3.2.Лабораторные работы. ....	25
4.4. Самостоятельная работа обучающихся.....	28
4.4.1. Содержание самостоятельной работы.....	28
Особенности PR-текстов в сети Интернет. Ключевые особенности и барьеры восприятия текстов в интернет-пространстве. Факторы эффективности пиар-текстов в сети Интернет. ....	32
Деловое письмо в PR-деятельности и межличностной коммуникации. ....	31
4.5. Курсовое проектирование.....	32
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю.....	33
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации .....	34
7. Перечень основной литературы, необходимой для освоения модуля .....	34
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля .....	34
9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля.....	35
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю .....	35
10.1. Информационные технологии.....	36
10.2. Программнообеспечение.....	36
10.3. Информационные справочные системы.....	37
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю .....	37
12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья. ....	37

**1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

**Соответствие профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций профессиональной деятельности выпускника программ бакалавриата компетенциям ФГОС по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»**

Профессиональный стандарт	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции			Компетенция	
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации	наименование	код
<i>06.013 Специалист по информационным ресурсам</i>	С	Управление (менеджмент) информационным и ресурсами	6	<i>Организация работ по созданию и редактированию контента</i>	<i>С/01.6</i>	6	Способностью создавать и редактировать тексты рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования контента	ПК-3

**Обязательные профессиональные компетенции и индикаторы их достижения согласно Примерной основной образовательной программе (ПООП) ФУМО в системе высшего образования по УГСН « Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»**

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Профессиональный стандарт
<b>Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый</b>				
ОТФ С - Управление (менеджмент) информационными ресурсами	Вид экономической деятельности: 63.1 - Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации, деятельность порталов в информационно-коммуникационной сети Интернет 62.09 - Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая	ПК-3 Способностью создавать и редактировать тексты рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования контента	ПК-3.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-3.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиа-концепции канала	06.013 Специалист по информационным ресурсам ТФ.С/01.6

В результате освоения образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по модулю:

<i>Коды компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
<b>ПК-3</b>	Способностью создавать и редактировать тексты рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования контента	<b>ПК-3.1</b>	Осуществляет создание и редактирование текстов рекламы и связей с общественностью	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специальную лексику, терминологию и инструментарий сферы рекламы и PR;</li> <li>- шаблоны основных типов рекламных и PR-текстов</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать профессиональную ценность и социально-психологическое воздействие PR-текста, его коммуникативную эффективность</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками литературного редактирования контента</li> <li>- методикой составления рекламного и PR-текста и навыками их редактирования</li> <li>- выбирать актуальные темы для публикаций</li> </ul>
		<b>ПК-3.2</b>	Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общие отличительные черты различных средств массовой информации (печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильных медиа)</li> <li>- наиболее важные характеристики рекламного и PR-текста</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- собирать необходимую информацию (работать с различными типами источников информации, применять разные методы), осуществлять ее проверку, селекцию и анализ;</li> <li>- выбирать каждому типу текста свой канал распространения.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с разными</li> </ul>

<i>Коды компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
				каналами получения и распространения информации; - методами сбора информации, ее проверки и анализа

## **2. Место модуля в структуре образовательной программы**

Модуль «**Копирайтинг**» относится к модулям Блока 1 (Б1.В.01) и изучается на 2 курсе в 4,5 и 6 триместрах.

В методическом плане модуль опирается на элементы компетенций, сформированные при изучении модуля «Иностранный язык».

Полученные в процессе изучения модуля «**Копирайтинг**» знания, умения и навыки могут быть использованы при прохождении практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; при подготовке к сдаче государственного экзамена, а также при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

### 3. Объем модуля

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Очная форма обучения
<b>Общая трудоемкость модуля</b> (зачетных единиц/ академических часов)	<b>20/ 720</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>302</b>
<i>1.занятия лекционного типа, в т. Ч.</i>	<b>52</b>
<i>1.1. занятия лекционного типа 4 триместра</i>	22
<i>1.2.занятия лекционного типа 5 триместра</i>	12
<i>1.3 занятия лекционного типа 6 триместра</i>	22
<b>2. занятия семинарского типа, в т. Ч.</b>	<b>250</b>
2.1. семинары, практические занятия	198
<i>2.1.1 практические занятия 4 триместра</i>	44
<i>2.1.2. практические занятия 5 триместра</i>	78
<i>2.1.3. практические занятия 6 триместра</i>	20
2.2. лабораторные работы	52
<i>2.2.1. лабораторные работы 4 триместра</i>	6
<i>2.2.2. лабораторные работы 5 триместра</i>	6
<i>2.2.3. лабораторные работы 6 триместра</i>	40
<b>контроль</b>	<b>18</b>
другие виды контактной работы	
<b>Самостоятельная работа, т. Ч.</b>	<b>400</b>
<i>самостоятельная работа4 триместра</i>	80
<i>самостоятельная работа5 триместра</i>	156
<i>самостоятельная работа6 триместра</i>	162
<b>Форма текущего контроля (отчеты по лаб. Работам, контрольные работы)</b>	<b>Работы по освоению компетенций</b>
<b>Форма промежуточной аттестации (экзамен)</b>	<b>Итоговое тестирование</b>

## 4. Содержание модуля

### 4.1. Разделы модуля и виды занятий ПК-3

№ п/п	Наименование раздела модуля	Триместры	Занятия лекционного типа, акад. Часы	Занятия семинарского типа, академ. Часы		Самостоятельная работа, акад. Часы	Формируемые компетенции/индикаторы
				Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Раздел 1. «Копирайтинг как учебная дисциплина»	4	2	4	-	6	ПК-3/ ПК-3.1
2.	Раздел 2. «Профессия копирайтера: профессиональные компетенции, этика копирайтера и правовое регулирование деятельности»	4	2	12	-	8	ПК-3/ ПК-3.1
3.	Раздел 3. Технология литературного редактирования	4	2	28	-	22	ПК-3/ ПК-3.1
4.	Раздел 4. «Современный журналистский текст. PR-текст: существенные характеристики и жанровое разнообразие»	4/5	24	110	12	44	ПК-3/ ПК-3.1
6.	Раздел 5. «Рекламный текст»	6	18	24	32	158	ПК-3/ ПК-3.2
7.	Раздел 6. «Деловой копирайтинг»	6	4	20	8	162	ПК-3/ ПК-3.2
8.	Итого		<b>52</b>	<b>198</b>	<b>52</b>	<b>400</b>	

### 4.2. Занятия лекционного типа.

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. Часы	Инновационная форма
¼	Раздел 1. «Копирайтинг как учебная дисциплина» <b>Тема 1.Введение. Лекция «Копирайтинг как учебная дисциплина».</b> <i>Цели и задачи освоения дисциплины «Копирайтинг». Сущность копирайтинга. Терминология и основные понятия.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия



№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. Часы	Иновационная форма
	<b>ИТОГО по разделу 1,</b> <b>в т. ч.</b> 4 триместр	<b>2</b> 2	
2/4	Раздел 2. «Профессия копирайтера: профессиональные компетенции, этика копирайтера и правовое регулирование деятельности». <b>Тема 2. Профессия копирайтера. Этика и правовое регулирование деятельности</b> <i>Суть профессиональной деятельности копирайтера, компетенции и способности копирайтера. Особенности личности копирайтера. Копирайтер vs Журналист. Этика копирайтера и правовое регулирование деятельности</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	<b>ИТОГО по разделу 2,</b> <b>в т. ч.</b> 4 триместр	<b>2</b> 2	
3/4	<b>Раздел 3.Технология литературного редактирования</b> <b>Тема 3. Технология литературного редактирования. Виды редакторской правки текста</b> <i>Правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка. Анализ и оценка композиции текста.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	<b>ИТОГО по разделу 3,</b> <b>в т. ч.</b> 4 триместр	<b>2</b> 2	
4/4	Раздел 4. «Современный журналистский текст. PR-текст: сущностные характеристики и жанровое разнообразие». <b>Тема 4. Журналистский текст и его особенности-</b> <i>Понятие журналистского текста. Классификация современных журналистских текстов. Современные жанры журналистского текста: прогноз, журналистское расследование, версия, житейская история, авторская колонка, инвектива (в оппозиционных газетах), байка, сплетня, слух, анекдот (в массовых и «желтых» изданиях), прикол и пр.</i>	6	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. Часы	Инновационная форма
4/4	<p><b>Тема 5. Жанровая характеристика корпуса PR-текстов</b>  <i>Проблемы классификации и принципы типологии PR-текстов. Образно-новостные жанры PR-текстов. Исследовательско-новостные жанры PR-текстов. Фактологические жанры. Оперативно-новостные жанры PR-текстов. Комбинированные PR-тексты.</i></p>	6	Слайд-презентация, групповая дискуссия
4/5	<p><b>Тема 6. Директ-мейл: как придумать и осуществить эффективную и запоминающуюся (е)mail-рассылку</b>  <i>История возникновения и развитие почтовой рассылки. Традиционные и электронные тексты директ-мейл. Спам. Стратегия email-маркетинга. Персонализация. Сегментация. Систематичность. Тестирование. Структурные компоненты: заголовок, анонс, основной текст, ссылка Отписаться, призыв к целевому действию, ссылки на соц. сети, автор письма. Веб-версия.</i></p>	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия
4/5	<p><b>Тема 7. Контент-план: зачем нужен, как составить и как обновлять</b>  <i>Как составить контент-план и для чего это нужно. Виды контент-планов. Этапы при составлении контент-плана для сайта. Разработка контент-плана для соцсетей. Особенности контент-стратегии для ВКонтакте. Где черпать идеи для создания контент-плана. Типичные ошибки при работе с контентом.</i></p>	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия
4/5	<p><b>Тема 8 SEO-копирайтинг: основные принципы разработки текста</b>  <i>SEO-оптимизация текста для сайта. Ключевые запросы и их количество в тексте. Подбор ключевых слов для SEO текста. Анализ конкурентов. Тошнота ключевых слов. Объем текста. Уникальность. Внутренние и внешние ссылки.</i></p>	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	<p><b>ИТОГО по разделу 4, в т. ч.</b>  4 триместр  5триместр</p>	<b>24</b> 12 12	

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. Часы	Инновационная форма
5/6	<p>Раздел 5. «Рекламный текст».</p> <p><b>Тема 9. Рекламный текст. Особенности и структурные элементы</b></p> <p><i>Структура рекламного текста. Структурные компоненты РТ: заголовок, подзаголовок, основная часть текста, слоган, эхо-фраза, справочные данные. Методики написания заголовка. Заголовок для запуска товара. Заголовок на пустом месте. «Типографский» заголовок. Новостной заголовок. Заголовок «до и после». Заголовок «как сделать». Методика заманивания целевой аудитории. Заголовок «и вы тоже». Заголовок-рекомендация. Заголовок к дате. Заголовок по случаю события. Сезонный заголовок. Дразнящий заголовок. Стилевой заголовок. Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
5/6	<p><b>Тема 10. Подзаголовок, подпись к рисунку, логотип</b></p> <p><i>Основная функция подзаголовка. Варианты подзаголовков. Местоположение подзаголовка. Слоган как интегральная часть не только отдельного рекламного объявления, но и всей рекламной компании. Органическое сочетание слогана с фирменным стилем. Логотип - оригинальное начертание сокращенного наименования фирмы или товарной серии или отдельного вида товара. Неизменность появления логотипа во всех рекламных компаниях и рекламных объявлениях фирмы. Основная функция подзаголовка. Варианты подзаголовков. Слоган как интегральная часть рекламного объявления. Логотип -шрифтовой фирменный знак.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
5/6	<p><b>Тема 11. Основной рекламный текст</b></p> <p><i>Определение длины основного текста. Структура и форматирование основного текста рекламы. Грамматика и орфография. Игра слов, рифмы, аллитерации. Логика изложения. Шестиэтапная формула Глима. Шаг первый. Сила притягательности. Шаг второй. Доказательность. Шаг третий. Переход. Шаг четвертый. Конкуренция. Шаг пятый. Ваш товар. Шаг шестой. Деловая концовка.</i></p>	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. Часы	Инновационная форма
5/6	<p><b>Тема 12. Слоган в рекламе.</b>  <i>Определение термина. Слоган и заголовок как квинт-эссенция РТ. Типологические квалификации слоганов. Художественная форма слогана. Функциональная нагрузка, оптимальная длина грамматической конструкции, основные требования к слогану. Стилистические приемы как средство усиления запоминаемости слогана.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
5/6	<p><b>Тема 13. Специфика составления рекламных текстов для печатных СМИ и наружной рекламы</b>  <i>Особенности рекламы в печатных СМИ. Достоинства и недостатки рекламы в печатных СМИ. Рекламное объявление. Рекламная статья. Рекламное интервью. Рекламный очерк. Наружная реклама как медиа. Процесс создание рекламных текстов для наружной рекламы.</i></p>	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия
5/6	<p><b>Тема 14. Специфика составления рекламных текстов для рекламы на радио и телевидении</b>  <i>Медиа-характеристики радиостанции. Достоинства и недостатки рекламы на радио. Классификация радиорекламы. Типы радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Отличие телевидения от двух других видов медиа. Оптимальная скорость и логичность подачи информации. Особенности рекламы на телевидении. Виды рекламы на телевидении.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
5/6	<p><b>Тема 15. Специфика составления текстов для рекламы в интернете.</b>  <i>Тексты интернет рекламы: структура, специфика, эффективность. Жанровые характеристики текстов интернет-рекламы.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	<p><b>ИТОГО по разделу 5, в т. ч.</b> 6 триместр</p>	<p><b>18</b> 18</p>	
6/6	<p>Раздел № 6. Деловой копирайтинг  <b>Тема 16. Деловой копирайтинг. Общие правила деловой переписки. Виды писем в деловой переписке</b>  <i>Правила оформления делового письма. Структура и синтаксис делового письма. Использование цифр и сокращений. Лексические и синтаксические ошибки в официальной переписке. Убеждающие письма. Письма отказы. Письма претензии. Письма ответы на претензии. Резюме встреч и план работ в письмах. Постановка задач. Письма-инструкции и др.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. Часы	Инновационная форма
6/6	<b>Тема 17. Работа над речью</b> <i>Виды публичной речи: информационная речь. Виды публичной речи: убеждающая речь. Аргументация в убеждающей речи. Эмоциональная составляющая убеждающей речи. Виды публичной речи: специальная речь. Работа над содержанием текста публичного выступления. Работа над композицией текста публичного выступления.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	<b>ИТОГО по разделу 6, в т. ч.</b> 6 триместр	<b>4</b> 4	
	<b>ИТОГО по модулю</b>	<b>52</b>	

#### 4.3. Занятия семинарского типа.

##### 4.3.1. Семинары, практические занятия.

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	<b>РАЗДЕЛ 1. «Копирайтинг как учебная дисциплина»</b>		
1/4	<b>Практическое занятие 1.Семинар-дискуссия. «Профессиональная литература: книги, статьи, интернет-источники по копирайтингу»</b> Из списка литературы необходимо выбрать одну книгу и составьте ее описание по плану: автор и его краткая биография, профессиональный путь, название книги, ее разделы, издательская аннотация. Проанализировать 5 отзывов на книгу. Выделить основные плюсы и минусы. Написать свой отзыв (не менее 1500 знаков).	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста
	<b>ИТОГО по разделу 1, в т.ч.</b> 4 триместр	<b>4</b> 4	
	<b>РАЗДЕЛ 2. «Профессия копирайтера: профессиональные компетенции, этика копирайтера и правовое регулирование деятельности».</b>		

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
2/4	<p><b>Практическое занятие 2. Выдающиеся копирайтеры. Чтение докладов (список тем). Презентации.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гений копирайтера Дэвида Огилви</li> <li>2. Первый русский копирайтер Владимир Маяковский</li> <li>3. Билл Бернбах: Человек, который продал Америке «Фольксваген»</li> <li>4. Принципы рекламы Россера Ривза</li> <li>5. Раймонд Рубикам: исследователь общества и рекламист</li> <li>6. «Печатный принц» Гэри Хэлберт</li> <li>7. 29 «пуль» от короля копирайтинга Гари Бенсивенга.</li> </ol>	4	Заслушивание докладов с презентациями. Обсуждение дискуссионных вопросов.
2/4	<p><b>Практическое занятие 3. Деловая игра "Функционал, обязанности и права копирайтера."</b></p> <p><i>1 Описание ситуации</i></p> <p>В узкоспециализированной компании открывается должность копирайтера. На данный момент идет разработка должностных инструкций. Вы работаете начальником отдела маркетинга, ваша задача – описать функционал, который планируется передать новому сотруднику.</p> <p><i>2 Требования к проведению игры</i></p> <p>Студенты произвольно распределяются в группы по 2-4 человека, выбирают отрасль компании, составляют должностные инструкции копирайтера.</p>	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия, кейс-ситуации.
2/4	<p><b>Практическое занятие 4. Работа с биржами копирайтинга и рерайтинга</b></p> <p><b>Задание:</b> Найти несколько бирж контента. Дать их описание по плану. Сопоставьте виды работ, требования к их выполнению, время для выполнения работ и стоимость. Сделайте выводы.</p>	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	<b>ИТОГО по разделу 2, в т. ч. 4 триместр</b>	12 12	
	<b>РАЗДЕЛ 3. «Технология литературного редактирования»</b>		

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/4	<p><b>Практическое занятие 5. Лексическая сочетаемость. Нарушение лексической сочетаемости как стилистический прием.</b></p> <p>Упражнения для закрепления: 1. Исправьте речевые ошибки, вызванные неправильным выбором слова. 2. Исправьте ошибки, вызванные нарушением лексической сочетаемости. 3. Измените предложения. 4. Найдите и исправьте ошибки. 5. Сравните предложения, определите характер ошибок, устраненных редактором, и дайте свои варианты стилистической правки предложений. 6. В приведенных предложениях укажите словосочетания, в которых нарушена лексическая сочетаемость. Замените лексические эквиваленты, которые стали причиной речевых ошибок. 7. . Дайте оценку использованию лексических средств в приведенных предложениях; укажите на употребление слова без учета его семантики, анахронизм, эвфемистичность речи, неясность высказывания, искажение смысла, абсурдность и комизм речи.</p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста
3/4	<p><b>Практическое занятие 6. Речевая недостаточность.</b></p> <p>Упражнения для закрепления: 1. Установите, в каком предложении наблюдается речевая недостаточность. 2. Укажите логические ошибки в речи, абсурдность высказывания, возникшие в результате неправильного словоупотребления, нарушения лексической сочетаемости, пропуска слов. Исправьте предложения. 3. Дайте правильное явное определение понятиям: Океан, нос, жена, Россия, корова. Пример: Франция – страна (род), столицей которой является город Париж. 4. Укажите ошибки в сочетании однородных членов предложения и отредактируйте</p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста
3/4	<p><b>Практическое занятие 7. Речевая избыточность.</b></p> <p>Упражнения для закрепления: 1. Найдите речевые ошибки (тавтология явная и скрытая, плеоназм). Отредактируйте предложения. 2. Найдите в прессе примеры речевой избыточности. Исправьте предложения</p>	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/4	<p><b>Практическое занятие 8. Тропы в современных рекламных и PR- текстах.</b></p> <p>Упражнения для закрепления: 1. Определите, какие тропы использованы как средства художественной выразительности в следующих предложениях. 2. Проанализируйте стилевые особенности на примере конкретных рекламных текстов. 3. Найдите 5 примеров использования метафоры в рекламных текста. 4. Найдите 5 примеров использования олицетворения в рекламе. 5. Найдите 5 примеров использования инверсии в рекламе и PR-текстах. 6. Найдите 5 примеров использования гиперболы в рекламе. 7. Найдите 5 примеров использования анафоры в рекламе. 8. Найдите 5 примеров использования градации в рекламе. 9. Найдите 5 примеров использования полисемии в рекламе.</p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста
3/4	<p><b>Практическое занятие 9. Многозначные слова, омонимы, паронимы, синонимы, неологизмы, слова-термины в текстах массовой коммуникации.</b></p> <p>Закрепление знаний. При закреплении знаний рекомендуется выполнить небольшие задания на карточках (можно провести в виде теста)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Найдите в каждом ряду многозначные слова.</li> <li>2. Определите в каждом ряду слово-омоним</li> <li>3. Определите, в какой цепочке слово, не являющееся синонимом</li> <li>4. Найдите в каждом ряду слово, не имеющее антонима</li> <li>5. Запишите в 2 столбика однозначные и многозначные слова</li> <li>6. Выпишите слова, употребленные в переносном значении</li> <li>7. Подберите и запишите синонимы к данным словам.</li> <li>8. Подберите к данным словам антонимы и сгруппируйте антонимические пары по частям речи.</li> <li>9. Вставьте подходящие по смыслу антонимы</li> <li>10. В каком предложении вместо слова информатизация нужно употребить инфор-</li> </ol>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста



№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/4	<p><b>Практическое занятие 10. Фразеологизмы в текстах массовой коммуникации.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Найти в текстах массовой коммуникации фразеологизмы:               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. собственно литературные обороты</li> <li>b. фразеологизмы, носящие архаичный оттенок</li> <li>c. фразеологизмы библейского происхождения</li> <li>d. фразеологизмы "античного" происхождения</li> </ol> </li> <li>2. Найти в текстах массовой коммуникации фразеологизмы образованные:               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Способом контаминации</li> <li>b. Сокращением состава фразеологизма</li> <li>c. Расширением состава фразеологизма</li> </ol> </li> </ol>	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/4	<p><b>Практическое занятие 11. Анализ и редактирование текста</b> Закрепление знаний.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проанализируйте текст. Какой вид (виды) правки необходимо использовать для редактирования текста?</li> <li>2. Выявите, какие законы логики нарушены авторами, объясните и исправьте ошибки.</li> <li>3. Прочитайте тексты. К какому типу по способу изложения относится каждый из текстов – к описанию, повествованию, рассуждению, определению? Обоснуйте свой ответ.</li> <li>4. Проанализируйте композицию текста. Укажите ее недостатки.</li> <li>5. Проанализируйте композицию текста. Составьте план текста (найдите введение, основную часть текста, заключение, оцените абзацное членение текста). Заполните таблицу. Выявите композиционные недостатки. Предложите план редакторской правки.</li> <li>6. Выявите и исправьте фактические ошибки, используя необходимые способы проверки фактического материала.</li> <li>7. Прочитайте отрывок из рассказа Марка Твена «Как я редактировал сельскохозяйственную газету». На чем строится комический эффект в рассказе?</li> </ol>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновацион- ная форма
	<b>ИТОГО по разделу 3, в т. ч. 4 триместр</b>	28 28	
	<b>РАЗДЕЛ 4.</b> «Современный журналистский текст. PR-текст: сущностные характеристики и жанровое разнообразие».		
4/4	<b>Практическое занятие 12. Русский толстый журнал: конкретные редакторские стратегии и художественные практики. Чтение докладов (список тем). Презентации.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Вестник Европы</li> <li>2. Русское богатство</li> <li>3. Современник</li> <li>4. Отечественные записки</li> <li>5. Почта духов</li> <li>6. Русский вестник</li> <li>7. Мир Божий</li> <li>8. Русская мысль</li> <li>9. Время и Эпоха</li> <li>10. Летопись</li> <li>11. Современный мир</li> <li>12. Журнал для всех</li> <li>13. Артист</li> <li>14. Мир искусства</li> <li>15. Новый путь</li> <li>16. Весы</li> </ol>	6	Заслушивание докладов с презентациями. Обсуждение дискуссионных вопросов.

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
4/4	<p><b>Практическое занятие 13. Редактирование журналистского текста.</b></p> <p>Студентам предлагаются примеры журналистских текстов – вырезки из газет и журналов, которые необходимо проанализировать согласно следующей последовательности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение целевой читательской аудитории, которой предназначен текст.</li> <li>2. Уточнение замысла автора.</li> <li>3. Выявление соответствия темы и замысла (верно ли определена тема?).</li> <li>4. Определение задач правки.</li> <li>5. Деление авторского текста на смысловые части, выявление логических связей между ними (нет ли ухода от темы, смысловых противоречий?), составление плана.</li> <li>6. Анализ структурных частей текста, выделение ключевых слов и опорных суждений с учетом специфики текста и особенностей авторской манеры изложения (насколько обоснованы суждения, нет ли ложных выводов и поспешных обобщений).</li> <li>7. Прогнозирование результатов чтения.</li> </ol>	8	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста
4/4	<p><b>Практическое занятие 14. Рерайтинг информационных заметок.</b></p> <p>Студентам предлагаются индивидуальные информационные заметки с ленты новостей и предлагается сделать их рерайтинг. К рерайту необходимо придумать оригинальный заголовок.</p>	8	Решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.
4/4	<p><b>Практическое занятие 15. Основные стилистические приемы в журналистских текстах. Анализ текстов интернет-версий российских печатных СМИ.</b></p> <p>Студентам предлагается провести лексико-стилистический, морфологический и синтаксический анализ текстов шапок и шпигелей и выявить в них предполагаемые языковые средства привлечения внимания зрителя.</p>	10	Решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
4/5	<b>Практическое занятие 16. Образно-новостные жанры PR-текстов.</b> Подготовка текстов по заданному событию: байлайнер, поздравление.	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
4/5	<b>Практическое занятие 17. Исследовательско-новостные жанры PR-текстов.</b> Подготовка текстов по заданному событию: бэкграундер, лист вопросов и ответов, аналитическая справка (аналитическая записка)	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
4/5	<b>Практическое занятие 18. Фактологические жанры PR-текстов.</b> Подготовка текстов по заданному событию: факт-лист, биография.	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
4/5	<b>Практическое занятие 19. Оперативно-новостные жанры PR-текстов.</b> Подготовка текстов по заданному событию: пресс-релиз, приглашение, информационное письмо	10	Обсуждение дискуссионных вопросов.
4/5	<b>Практическое занятие 20. Комбинированные PR-тексты.</b> Подготовка текстов по заданному событию: пресс-кит, буклет, проспект, брошюра, ньюслеттер, листовка, имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори.	12	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
4/5	<b>Практическое занятие 21. Смежные PR-тексты.</b> Подготовка текстов: пресс-ревью и резюме.	8	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
4/5	<b>Практическое занятие 22. Анализ рассылок.</b> Студентам предлагается проанализировать примеры продающих рассылок на соответствие критериям и стандартам.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
4/5	<p><b>Практическое занятие 23. Написание текста для рассылок.</b>  Деловая игра «Работающая рассылка»  <i>Описание ситуации</i>  <i>При написании рассылки, копирайтер работает на целевую аудиторию компании, которую рекламирует. Каждый день люди получают множество спама, лишь некоторые из них открывают, еще меньше дочитывают до середины и только самые лучшие рассылки приводят к продажам. Это крайне плохая новость для предпринимателей. Как же должна выглядеть рассылка, которую обязательно откроют и прочитают.</i>  <i>2 Требования к проведению игры</i>  <i>Этап 1. Каждый студент пишет свою рассылку, которую отправляет всем своим одноклассникам.</i>  <i>Этап 2. Каждый студент дает свою оценку каждой, присланной ему рассылке и выбирает лучшую. Свое мнение обосновывает в ответном</i></p>	8	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
4/5	<p><b>Практическое занятие 24. Создание контент-плана для сайта. Решение кейсов.</b>  Студентам необходимо составить контент-план для реального сайта. По плану:  - Описать целевую аудиторию  - Разработать контент-стратегию  - В Excel составить контент-план продвижения сайта на 3 месяца.</p>	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
4/5	<p><b>Практическое занятие 25. Составление контент-плана для социальных сетей. Решение кейсов.</b>  Студентам необходимо составить контент-план продвижения компании в социальных сетях. По плану:  - Описать целевую аудиторию  - Разработать контент-стратегию  - В Excel составить контент-план продвижения</p>	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновацион- ная форма
4/5	<b>Практическое занятие 26. SEO-анализ текстов</b> Студентам необходимо провести SEO-анализ текста по критериям: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Уникальность</li> <li>2. Процент вхождений ключевых фраз</li> <li>3. Вхождения ключевых фраз</li> <li>4. «Вода» в тексте</li> <li>5. Орфография и пунктуация</li> <li>6. Смысловая уникальность</li> <li>7. Полезность</li> </ol>	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
	<b>ИТОГО по разделу 4, в т. ч.</b> <b>4 триместр</b> <b>5 триместр</b>	110 32 78	
	<b>РАЗДЕЛ 5. «Рекламный текст»</b>		
5/6	<b>Практическое занятие 27. Продающие заголовки по технологии 4U.</b> Семинар-беседа по плану: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Техника 4U</li> <li>2. Как написать продающий заголовок</li> <li>3. Ключевые слова</li> <li>4. Примеры продающих заголовков</li> </ol>	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
5/6	<b>Практическое занятие 28. Создание заголовков по формуле 4U.</b> Решение кейсов. Студентам раздаются реальные заголовки и предлагается улучшить их с помощью техники 4U.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
5/6	<b>Практическое занятие 29. Основной рекламный текст.</b> Семинар-беседа <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сформулировать определение термина «основной рекламный текст», перечислить его основные признаки.</li> <li>2. Рассмотреть модели создания ОРТ на основе коммуникативной стратегии и цели.</li> <li>3. Назовите структурные элементы ОРТ</li> <li>4. Прочитайте тексты. Каковы задачи данных статей? Выделите в них структурные элементы. Назовите микротемы основного рекламного текста. Определите модель создания ОРТ.</li> </ol>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
5/6	<p><b>Практическое занятие 30. Разработка слогана.</b></p> <p>Деловая игра «Разработка слогана»  <i>Студенты делятся на группы и получают свою легенду. Согласно легенде заполняют техническое задание на разработку слогану. Группы обмениваются техническими заданиями, разрабатывают слоган и отдают выполненное задание команде-заказчику. Заказчик вносит свои предложения и комментарии, слоган возвращается на доработку. Итоговый слоган, который заказчик принял, презентуется всей группе.</i></p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
5/6	<p><b>Практическое занятие 31. Написание текста для разных видов наружной рекламы.</b></p> <p>Семинар-беседа по плану:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и виды наружной рекламы</li> <li>2. Достоинства и недостатки наружной рекламы</li> <li>3. Создание и тестирование наружной рекламы</li> <li>4. Текст в наружной рекламе: шрифт, размер, корпоративный стиль, текст и картинка, слова-цеплялки, правило 3-х секунд.</li> <li>5. Задание. Разработка макета наружной рекламы.</li> </ol>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
5/6	<p><b>Практическое занятие 32. Написание сценария рекламного радио-ролика.</b></p> <p>Деловая игра «Сценарий радио-ролика»  <i>Студенты делятся на группы и получают свою легенду. Согласно легенде заполняют техническое задание на разработку сценария радио-ролика. Группы обмениваются техническими заданиями, разрабатывают сценарий радио-ролика и отдают выполненное задание команде-заказчику. Заказчик вносит свои предложения и комментарии, сценарий возвращается на доработку. Итоговый сценарий, который заказчик принял, презентуется всей группе.</i></p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновацион- ная форма
5/6	<p><b>Практическое занятие 33. Написание сценария рекламного ролика для телевидения</b> Семинар-беседа по плану:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Структура телевизионной индустрии.</li> <li>2. Телевизионная аудитория.</li> <li>3. Формы телевизионной рекламы. Достоинства и недостатки телевизионной рекламы.</li> <li>4. Основные инструменты создания телевизионной рекламы</li> <li>5. Характеристики обращения телевизионной рекламы</li> <li>6. Создание телевизионной рекламы.</li> <li>7. Задание. Написание сценария, создание раскадровок.</li> </ol>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
	<b>Итого по разделу 5, в т. ч.</b> 5 триместр	24 24	
	<b>РАЗДЕЛ 6. Деловой копирайтинг</b>		
6/6	<p><b>Практическое занятие 34. Наиболее распространённые ошибки в тексте делового письма.</b> Употребление и правописание сложных предлогов, полной и краткой формы имен прилагательных и причастий, неправильное использование предлогов, сложные случаи согласование подлежащего и сказуемого.</p>	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
6/6	<p><b>Практическое занятие 35. Обращение в деловых письмах.</b> Обращение в деловых письмах, его формы. Начало письма, мотивы письма.</p>	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
6/6	<p><b>Практическое занятие 36. Написание деловых писем.</b> Написание писем: welcome и farewell letters, followup letter, писем-претензий и писем ответов на претензии, план работ, постановка задач, письмо-инструкция, убеждающие письма, письма</p>	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.



№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
6/6	<b>Практическое занятие 37. Выдающиеся спичрайтеры.</b> Известные спичрайтеры и их тексты в практике выступлений российских и зарубежных спикеров.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
6/6	<b>Практическое занятие 38 Типичные затруднения спикера.</b> Типичные затруднения спикера во время публичного выступления.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
6/6	<b>Практическое занятие 39. Работа над речью.</b> Этапы предварительной (дотекстовой) подготовки публичного выступления. Подготовительный этап написания речи. Определение цели и задач публичного выступления. Этап интервью. Взаимодействие спичрайтера со спикером. Определение личностных характеристик оратора. Этап исследования. Работа спичрайтера с источниками информации.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
6/6	<b>Практическое занятие 40.</b> Подготовка, оформление, загрузка работы для портфолио	6	
	<b>Итого по разделу 6, в т. ч.</b> 6 триместр	<b>20</b> 20	
	<b>ИТОГО</b>	<b>198</b>	

#### 4.3.2.Лабораторные работы.

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	<b>Раздел 4. «Современный журналистский текст. PR-текст: сущностные характеристики и жанровое разнообразие»</b>		
4/4	<b>Лабораторная работа 1. Формирование пресс-кита для заданного события.</b> Выбор события. Описание целевой аудитории. Выбор необходимых жанров и подготовка текстов: факт-лист, пресс-релиз, кейс-стори, бэк-граундер, приглашение, биография и т.д. в зависимости от события и целевой аудитории.	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.
4/5	<b>Лабораторная работа 2. Написание SEO-текстов.</b> Подбор ключевых слов.Проверка уникальности текстов - методология, сервисы, программы.	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач,
	<b>ИТОГО по разделу4, в т.ч.</b> 4 триместр 5 триместр	12 6 6	
	<b>Раздел 5. «Рекламный текст»</b>		
6/6	<b>Лабораторная работа 3. Получение индивидуального задания для работы в портфолио по освоению компетенции ПК-3</b>	4	
6/6	<b>Лабораторная работа 4. Подзаголовок, подпись к рисунку, логотип</b> Написание подзаголовков к реальным статьям в прессе. Создание логотипа.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на во-

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
6/6	<p><b>Лабораторная работа 5. Основной рекламный текст.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Написать рекламный текст по принципу перевернутой пирамиды</li> <li>• Написать рекламный текст с использованием коммуникативной стратегии инструктирующая реклама.</li> <li>• Написать рекламный текст с использованием коммуникативной стратегии реклама-диалог.</li> <li>• Написать рекламный текст с использованием коммуникативной стратегии реклама-загадка.</li> </ul>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
6/6	<p><b>Лабораторная работа 6. Разработка слогана</b> Разработка слогана методом мозгового штурма. Каламбур, метафора, эпитет, сравнение, контаминация, олицетворение, ирония, гипербола и литота, употребление цитат и аллюзий при создании слогана.</p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
6/6	<p><b>Лабораторная работа 7. Составление рекламных текстов для печатных СМИ</b> Отработка навыков создания рекламных текстов для печатных СМИ: строчные объявления, графические блоки, статья на правах рекламы.</p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.
6/6	<p><b>Лабораторная работа 8. Составление рекламных текстов для аудио и видео рекламы.</b> Отработка навыков создания рекламных текстов для видео и аудио рекламы</p>	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.
6/6	<p><b>Лабораторная работа 9. Упражнения для постов в соц. сети vkontakte</b> Аудитория vkontakte. Что лучше продвигать через vkontakte. Как выбрать изображение для продающего поста вконтакте? Серия продающих постов вконтакте. Хэштеги.</p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
6/6	<p><b>Лабораторная работа 10. Упражнения для постов в соц. сети Одноклассники</b></p> <p>Понятие о социальной сети. «Одноклассники» как популярная российская социальная сеть. Специфика общения в социальной сети «Одноклассники». Аудитория социальной сети «Одноклассники». Что лучше продвигать через со-</p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.
	<b>ИТОГО по разделу 5, в т. ч.</b> 6 триместр	<b>32</b> <b>32</b>	
	<b>Раздел № 6. Деловой копирайтинг</b>		
6/6	<p><b>Лабораторная работа 11. Политический спичрайтинг.</b></p> <p>Спичрайтинг в политической сфере. Типы публичной речи в политике. Подготовка речи и публичное выступление.</p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
6/6	<p><b>Лабораторная работа 12. Работа над речью.</b></p> <p>Этапы предварительной (дотекстовой) подготовки публичного выступления. Подготовительный этап написания речи. Определение цели и задач публичного выступления. Этап исследования. Работа спичрайтера с источниками информации.</p>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
	<b>ИТОГО по разделу 6, в т. ч.</b> 6 триместр	8 8	
	<b>ИТОГО</b>	52	

#### 4.4. Самостоятельная работа обучающихся

##### 4.4.1. Содержание самостоятельной работы

№ раздела модуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
	<b>Раздел 1. «Копирайтинг как учебная дисциплина»</b>		
1/4	Подготовка к семинару-дискуссии «Профессиональная литература: книги, статьи, интернет-источники по копирайтингу».	2	Устный опрос
1/4	Подготовка к семинару-дискуссии «Выдающиеся копирайтеры».	2	Устный опрос
1/4	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (1раздел)	2	Письменный опрос
	<b>ИТОГО по разделу 1, в т. ч. 4 триместр</b>	6 6	
2/4	<b>Раздел 2. «Профессия копирайтера: профессиональные компетенции, этика копирайтера и правовое регулирование деятельности»</b>		
2/4	Подготовка к Деловой игре "Функционал, обязанности и права копирайтера".	4	Устный опрос
2/4	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (2раздел)	4	Письменный опрос
	<b>ИТОГО по разделу 2, в т. ч. 4 триместр</b>	8 8	
	<b>Раздел 3. «Технология литературного редактирования»</b>		Устный опрос
3/4	Язык рекламы и речевая культура современного общества.	6	Устный опрос
3/4	Фонетика рекламного текста.	6	Устный опрос
3/4	Синтаксис рекламного текста.	6	Устный опрос
3/4	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (3раздел)	4	Письменный опрос
	<b>ИТОГО по разделу 3, в т. ч. 4триместр</b>	22 22	
	<b>Раздел 4. «Современный журналистский текст. PR-текст: существенные характеристики и жанровое разнообразие»</b>		

№ раздела модуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
4/4	История формирования языка русской публицистики. Публицистический стиль. Информационный подстиль. История формирования и развития публицистического стиля русского языка (XII-XXI вв.).	2	Устный опрос
4/4	Подготовка докладов к занятию «Русский толстый журнал: конкретные редакторские стратегии и художественные практики».	2	Устный опрос
4/4	Язык СМИ. Соотношение понятий «публицистический стиль» и «язык СМИ». Язык СМИ в аспекте устной и письменной речи. Место СМИ в системе функциональных стилей современного русского литературного языка. Жанровое и стилистическое разнообразие языка СМИ. Основные тенденции развития языка и стиля СМИ в условиях современной России.	2	Устный опрос
4/4	Языковые особенности журналистского текста. Фонетические и графические средства оформления журналистского текста. Лексические средства оформления журналистского текста. Словообразовательные средства оформления журналистского текста. Словообразовательные окказионализмы. Морфологические и синтаксические средства оформления журналистского текста. Языковые средства воздействия. Языковые средства создания образности.	2	Устный опрос
4/4	Электронные средства массовой информации. Особенности коммуникации в Интернете. Гипертекст. Проблема автора.	2	Устный опрос
4/4	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (4 раздел)	2	Письменный опрос
4/4	История феномена PR-текста.	4	Устный опрос
4/4	Подготовка к семинару-беседе «Пресс-релиз как основной инструмент PR-специалиста».	2	Устный опрос
4/4	Подготовка к Деловой игре «Открытый пресс-релиз».	2	Устный опрос
4/4	Понятие «информационного повода».	2	Устный опрос
4/4	Приемы подготовки текста для СМИ.	2	Устный опрос
4/4	Комментарий как тип PR-текста.	2	Устный опрос
4/4	Диалогическое начало в PR-тексте.	2	Устный опрос

№ раздела модуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
4/4	Особенности PR-текстов в сети Интернет. Ключевые особенности и барьеры восприятия текстов в интернет-пространстве. Факторы эффективности пиар-текстов в сети Интернет.	2	Устный опрос
4/4	Подготовка к деловой игре «Работающая рассылка».	2	Устный опрос
4/4	Планирование отношений с прессой.	2	Устный опрос
4/4	Профессиональный перевод PR-материалов. Сохранения прагматического воздействия в PR-коммуникации при переводе PR-текстов на другие языки.	2	Устный опрос
4/4	Деловое письмо в PR-деятельности и межличностной коммуникации.	2	Устный опрос
4/4	Спичрайтинг как понятие и специфическая область профессиональной деятельности PR-специалиста.	2	Устный опрос
4/4	Зарубежный опыт и современные российские модели организации эффективного спичрайтерства. Модели организации спичрайтерства в Германии, Швеции и США.	2	Устный опрос
4/4	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (5 раздел).	2	Письменный опрос
	<b>ИТОГО по разделу 4, в т. ч. 4 триместр</b>	44	
	<b>Раздел 5. «Рекламный текст»</b>		
5/5	Подготовка к семинару-беседе «Продающие заголовки по технологии 4U».	8	Устный опрос
5/5	Подготовка к семинару-беседе «Основной рекламный текст».	8	Устный опрос
5/5	Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов.	8	Устный опрос
5/5	Факторы успешной (эффективной) рекламы.	8	Устный опрос
5/5	Атрибуция рекламного текста по формальным признакам.	8	Устный опрос
5/5	Коммуникативная природа рекламного текста	8	Устный опрос
5/5	Язык рекламы и речевая культура современного общества.	8	Устный опрос
5/5	Подготовка к деловой игре «Разработка слогана»	8	Устный опрос
5/5	Подготовка к деловой игре «Сценарий радиоролика»	8	Устный опрос

№ раздела модуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
5/5	Подготовка к семинару-беседе «Создание рекламных текстов для наружной рекламы».	8	Устный опрос
5/5	Реклама и языковая игра.	8	Устный опрос
5/5	Реклама в СМИ. Основные жанры рекламных произведений: рекламное объявление, рекламное сообщение, рекламная статья. Особенности текстов газетно-журнальной рекламы. Особенности текстов радио- и телевизионной рекламы.	8	Устный опрос
5/5	Концепция создания рекламно-информационного издания.	8	Устный опрос
5/5	Радиодискурс. Современное радио России. О специфике языка теле- и радионовостей. Использование различных видов диалога на радио.	8	Устный опрос
5/5	Телевизионный дискурс. Слово в российском телеэфире. Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. Использование различных видов диалога на телевидении.	6	Устный опрос
5/5	Подготовка к семинару-беседе «Процесс создание рекламных текстов для телевидения».	6	Устный опрос
5/5	Разработка текстов для коммерческой, социальной и политической рекламы.	8	Устный опрос
5/5	Подготовка к семинару-беседе «Создание продающего текста на заданную тему».	8	Устный опрос
5/5	Нейминг в деятельности копирайтера.	8	Устный опрос
5/5	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (6 раздел)	8	Письменный опрос
	<b>ИТОГО по разделу 5, в т. ч. 5 триместр</b>	<b>156</b> 156	
	<b>Раздел 6 «Деловой копирайтинг»</b>		
6/6	Подготовка к практическому занятию «Написание деловых писем».	16	Устный опрос
6/6	Основные характеристики и виды делового общения.	30	Устный опрос
6/6	Речевой этикет: история, основы, факторы, определяющие его формирование.	30	Устный опрос



№ раздела модуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
6/6	Национальные отличия речевых этикетов в разных странах.	30	Устный опрос
6/6	Подготовка к практическому занятию «Выдающиеся спичрайтеры».	28	Устный опрос
6/6	Подготовка к практическому занятию «Типичные затруднения спикера».	10	Устный опрос
6/6	Подготовка к практическому занятию «Работа над речью».	10	Устный опрос
6/6	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (6 раздел)	8	Письменный опрос
	<b>ИТОГО по разделу 6, в т. ч. 6 триместр</b>	<b>162 162</b>	
	<b>ИТОГО по модулю</b>	<b>400</b>	

#### 4.5. Курсовое проектирование

Курсовое проектирование не предусмотрено.

#### 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы по модулю и требования по выполнению изложены в СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. «Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению» и размещены в электронной информационно-образовательной среде СПбГТИ(ТУ) <https://technolog.bibliotech.ru/Account/OpenID>

#### 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Своевременное выполнение обучающимися мероприятий текущего контроля позволяет превысить (достигнуть) пороговый уровень («удовлетворительно») освоения предусмотренных элементов компетенций. Текущий контроль по учебному модулю проводится в форме опроса и контрольных работ по разделам модуля.

Результаты учебного модуля считаются достигнутыми, если для всех элементов компетенций превышен (достигнут) пороговый уровень освоения компетенции на данном этапе.

Промежуточная аттестация по учебному модулю проводится в форме итогового тестирования

К сдаче итогового теста допускаются обучающиеся, выполнившие все формы текущего контроля.

Итоговый тест предусматривают выборочную проверку освоения предусмотренных элементов компетенций и комплектуются вопросами (заданиями).

При сдаче промежуточной аттестации, обучающийся получает 30 вопросов из перечня вопросов, время работы студента с итоговым тестом - 90 мин.

Ниже приводится пример варианта тестовых вопросов.

### **ПК-3**

1. В каком из функциональных стилей речи широко используются речевые клише, наименования номенклатур, аббревиатуры и отглагольные существительные:
  - Научный
  - Официально-деловой
  - Публицистический
  - Художественный
2. Для какого канала распространения информации характерна возможность максимально точного измерения всех показателей рекламы:
  - Телевидение
  - Радио
  - Печатные СМИ
  - Интернет
3. Факт, лежащий в основе PR-текста — это всегда:
  - некая объективная реальность, представляемая (в зависимости от жанра) как само-достаточная, или анализируемая, или «совмещенная» с образным видением ее автором;
  - определенный «отрезок» действительности, представленный таким образом, чтобы максимально полно служить цели создания благоприятной коммуникационной среды базисного субъекта;
  - подается таким образом, чтобы он оказался для потенциального потребителя (покупателя) наиболее привлекательным и стимулировал его поведенческую реакцию.

## **7. Перечень основной учебной литературы, необходимой для освоения модуля**

### **Электронные учебные издания**

1. Авдониная, Н. С. Новостная интернет-журналистика : учебное пособие для вузов / Н. С. Авдониная. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 183 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14337-9. (ЭБС «Юрайт»).
2. Кольшкшина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшкшина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. (ЭБС «Юрайт»).
3. Основы рекламы и связей с общественностью : учебное пособие для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. . (ЭБС «Юрайт»)
4. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. (ЭБС «Юрайт»).

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля**

Официальный сайт СПбГТИ(ТУ) <http://technolog.edu.ru>

Размещены :

- учебный план
- РПМ
- учебно-методические материалы

### ***Электронно-библиотечные системы***

1. Электронная библиотека СПбГТИ(ТУ) (на базе ЭБС «БиблиоТех»). Принадлежность – собственная СПбГТИ(ТУ). Договор на передачу права (простой неисключительной лицензии) на использования результата интеллектуальной деятельности ООО «БиблиоТех» ГК№0372100046511000114\_135922 от 30.08.2011. Адрес сайта – <http://bibl.lti-gti.ru/>
2. Электронная библиотечная система «Юрайт». Принадлежность – сторонняя. Договор № 130 (ЕП) 2020 от 01.12.2018. Адрес сайта – <https://urait.ru>
3. E-library.ru – научная электронная библиотека. Принадлежность – сторонняя. Договор № SU-676/2021 от 02.12.2020. Адрес сайта – <http://elibrary.ru>

### ***Информационные справочные системы***

1. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Принадлежность – сторонняя. Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012. Адрес сайта – [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
2. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс». Принадлежность – сторонняя. Договор об информационной поддержке от 01.01.2009. Адрес сайта – [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

### ***Рекомендуемые интернет-ресурсы***

1. Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru>
3. Библиотека электронных ресурсов Исторического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.hist.msu.ru/ER/index.html>
4. Хронос. Всемирная история в Интернете – <http://www.hrono.ru/>
5. Военная литература – <http://militera.lib.ru/>
6. Сервер органов государственной власти – <http://www.gov.ru>
7. Федеральный правовой портал «Юридическая Россия» – <http://www.law.edu.ru>
8. Государственная система распространения правовых актов – <http://www.pravo.msk.rsnet.ru>
9. Российская национальная библиотека – [www.nlr.ru](http://www.nlr.ru)

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля**

Методическая модель преподавания модуля основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

– выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;

- объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям;
- активное участие обучающихся в учебном процессе;
- подготовка обучающимися учебно-исследовательских работ по темам, связанным с формируемыми в рамках модуля компетенциями.

Все виды занятий по модулю проводятся в соответствии с требованиями следующих СТП:

- СТП СПбГТИ 040-2002. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лекция. Общие требования;
- СТПСПбГТИ 018-2014. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Семинары и практические занятия. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 016-2015. КС УКДВ. Порядок организации и проведения зачетов и экзаменов.

**Лекции**, прослушанные студентами, дают систематизированные основы научных знаний и являются первым этапом теоретической подготовки. Они могут проводиться как в классической форме, так и с применением инновационных, интерактивных методов.

**Практические занятия** проводятся в форме семинаров. Целью их проведения является углубленное рассмотрение и закрепление материала, полученного на лекциях и в процессе самостоятельной работы над учебной и научной литературой. Семинары посвящаются обсуждению важнейших тем в форме устного опроса или групповой дискуссии, на них же осуществляется текущий контроль знаний.

**Самостоятельная работа** – совокупность всей самостоятельной деятельности обучающихся, как в отсутствие преподавателя, так и в контакте с ним. В ходе самостоятельной работы студент учится использовать различные источники информации (в частности – при написании эссе). Для более качественного освоения материала преподаватель предоставляет студентам сведения о методических указаниях, учебной и научной литературе и интернет-ресурсах по разделам модуля. Если в ходе изучения темы возникнут какие-либо трудности, которые сам студент не может преодолеть, ему необходимо обратиться к ведущему курс преподавателю.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является: плановость в организации учебной работы; серьезное отношение к изучению материала; постоянный самоконтроль.

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю**

### **10.1. Информационные технологии**

В учебном процессе по данному модулю предусмотрено использование информационных технологий:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций;
- взаимодействие с обучающимися посредством электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС СПбГТИ(ТУ)).

### **10.2. Программное обеспечение.**

Операционная система Microsoft Windows

Microsoft Office 2010 (Microsoft Word, Microsoft Excel).

«1С:Предприятие», версия 8 (1С: Бухгалтерия предприятия)

### **10.3. Информационные справочные системы**

1. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

Принадлежность – сторонняя

Контракт № 04(49)12 от 31.12.2012г. по оказанию информационных услуг с использованием экземпляров Специальных Выпусков Систем

КонсультантПлюс

2. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

3. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С- обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров.

<http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=773>

## **11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавания модуля, учебной доской, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютеры, звуковые колонки).

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда, а также информационно-справочные системы обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для обеспечения оперативного информирования и обеспечения необходимой учебной и методической информацией создан интернет портал – [gtifem.ru](http://gtifem.ru). В рамках данного проекта реализована возможность социальной коммуникации между студентами и преподавателями, организован доступ к учебной литературе, к обсуждению и реализации разного рода проектов не только в рамках учебного процесса, но и в социально-общественной жизни студентов.

## **12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.**

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

– Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

– приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями учебный процесс осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья СПбГТИ(ТУ), утвержденным ректором 28.08.2014 г.

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебного модуля обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по модулю обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;

– весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

– обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие обучающимся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебного модуля профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по модулю для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.