

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

2017 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.10.01 КОПИРАЙТИНГ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление

подготовки/специальность – 42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) /

специализация – «Реклама»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения – очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – магистр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Копирайтинг составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки _____ 42.04.02
Журналистика, программа подготовки «Реклама»

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

Е.Г. Сомова, проф., д-р филол. наук, проф.

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Копирайтинг утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа протокол № 13 «15» июня 2017г.

И.о. заведующего кафедрой (разработчика) Мальцева И.А.

фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры электронных СМИ и новых медиа протокол № 13 «15» июня 2017г.

И.о. заведующего кафедрой(выпускающей) Мальцева И.А.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 07-17 «21» июня 2017г.

Председатель УМК факультета Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Абрамова Г.А., д-р филол. наук, профессор, и.о. зав. кафедрой издательского дела, стилистики и медиаиндустрии

Кудинова А.В., канд.ист.наук, доц., зав. кафедры арт-бизнеса, туризма и рекламы КГИК

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Основная цель освоения дисциплины «Копирайтинг» – обучение магистрантов практическим навыкам речевого общения и создания текстов в рекламной сфере. В программе учтены новейшие достижения психологии, лингвистики и риторики. Большое внимание в ней уделяется психологии речевого воздействия, актуальной для рекламной деятельности. Дисциплина рассчитана на развитие творческих способностей учащихся.

1.2 Задачи дисциплины:

- углубить знания учащихся о стилистической дифференциации и стилистической принадлежности рекламных произведений,
- расширить представление магистрантов о рекламных жанрах на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации,
- выработать умение создавать эффективные по своему воздействию рекламные тексты в зависимости от рекламного носителя или СМИ.
- обучить методологии и практике экспертирования продуктивных рекламных сообщений, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО

Данный курс относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока 1 дисциплины (модули) и предназначен для магистров направленности «Реклама» и связан с такими дисциплинами как «Современный медиатекст, язык и стиль СМИ», «Технология создания рекламных текстов», «Психология рекламы», «Разработка и технология производства рекламного продукта».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных и профессиональных* компетенций (ОК/ОПК/ПК): *ОПК- 3, ПК- 6, ПК- 7.*

Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ОП К-3	Готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации	наиболее современные разработки для современных медиасистем при создании рекламного текста	использовать инновационные технологии при создании рекламного текста с учетом потребностей целевой аудитории	инновационными технологиями для осуществления профессиональной деятельности в сфере копирайтинга, базируясь на знании функций СМИ.

ПК-6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	перечень информационных платформ, необходимых для подготовки рекламного медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности	разрабатывать аналитическое и практическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования в рекламной деятельности при разработке рекламного текста	навыками разработки рекламного текста, работать аналитической, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями
ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования	современные принципы и методы создания рекламного текста	создавать рекламный продукт с учетом современных принципов медиапроектирования и медиамоделирования	навыками создания рекламных текстов с учетом современных принципов медиапроектирования и медиамоделирования

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач.ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		С	—		
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	12	12			
Занятия лекционного типа	-	-	-	-	
Лабораторные занятия	-	-	-	-	
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12	12			
	-	-	-	-	
Иная контактная работа:	-	-	-	-	

Контроль самостоятельной работы (КСР)			-	-	-	
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2	-	-	
Самостоятельная работа, в том числе:						
<i>Курсовая работа</i>		-	-	-	-	-
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>		8	8	-	-	-
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>		9	9	-	-	-
<i>Реферат</i>		4,8	4,8			
Подготовка к текущему контролю		2	2	-	-	-
Контроль:						
Подготовка к экзамену		-	-			
Общая трудоемкость	час.	36	36	-	-	
	в том числе контактная работа	12,2	12,2		-	
	зач. ед	1	1	-	-	

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в семестре С:

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего часов	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Структурные элементы печатного рекламного текста	5,8		2		3,8
2.	Порождение и экспертиза имени брэнда в рекламе.	6	-	2	-	4
3.	Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения.	6	-	2	-	4
4.	Основной текстовый рекламный блок	6	-	2	-	4
5.	Особенности разработки синопсиса рекламного клипа	6	-	2	-	4
6.	Текст и изображение в рекламе	6	-	2	-	4
	<i>Итого по дисциплине:</i>		-	12	-	23,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа. Не предусмотрены

Занятия лекционного типа не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№ п/п	Наименование раздела (те- мы)	Тематика практических занятий (семи- наров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Структурные элементы печатного рекламного текста	Имя бренда, слоган, основной текстовый блок, эхо-фраза как основные элементы рекламного обращения. Особенности их разработки и анализ их эффективности	Реферат
2.	Порождение и экспертиза имени бренда в рекламе.	Способы разработки имени бренда в рекламе. Бриф как основа выявления УТП. Учет мотивации потребителя при разработке имени бренда. Национально-культурная специфика имени бренда. Психосемантика в созлании имени бренда	Практическое задание
3.	Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения.	Языковая игра и манипулятивные приемы в создании слогана. УТП в слогане. Стереотипы и архетипы в разработке слогана. Анализ эффективности разработанного слогана	Практическое задание
4.	Основной текстовый рекламный блок	Структура основного текстового блока.. Виды рекламных заголовков и лидов. Типы аргументации в основном рекламном блоке.	Практическое задание
5.	Особенности разработки синопсиса рекламного клипа	Структура синопсиса. Сюжетные схемы синопсиса клипа. Композиционные особенности синопсиса. Стилистические особенности речевой партитуры синопсиса. Художественные приемы в синопсисе.	Практическое задание
6.	Текст и изображение в рекламе	Рекламный текст как разновидность креолизованных текстов. Соотношение заголовочного комплекса рекламного текста, основного текстового блока и иллюстративного ряда. Функции изобразительного ряда в журнальной рекламе. Композиция рекламных текстов разных жанров	Практическое задание

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4. 2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4. 3. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017
2	<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4. 2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4. 3. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017
3	<i>реферат</i>	1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4. 2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4. 3. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентностного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Семинар - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.

Порядок подготовки семинарского занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач семинара
- разработка плана проведения семинара
- моделирование вступительной и заключительной частей семинара
- предварительная раздача студентам вопросов, заданий (в том числе творческих и индивидуальных), ознакомление с проблемами, являющимися предметом обсуждения на семинаре

— инструктаж студентов по подготовке к семинару

Порядок проведения семинарского занятия:

1. Вводная часть: постановка цели, задач и изложение основного замысла занятия.

2. Основная часть:

— организация дискуссии: постановка проблемы, выделение основных направлений;

— выступление докладчика, раскрывающего основные положения по вопросу;

— выступления содокладчиков, раскрывающих свое видение проблемы;

— дискуссия по докладу и содокладам.

3. Заключительная часть: завершение дискуссии, обобщение и оценка результатов работы студентов.

Практические задания требуют от обучающихся не простого воспроизводства информации, а творчества, поскольку задания содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

К формам текущего контроля относятся: оценка выполнения студентами письменных работ, творческих заданий в рамках практических занятий, в том числе выполненных в ходе самостоятельной работы, реферат.

Требования к выполнению самостоятельных работ: самостоятельная работа предполагает знакомство с рекомендованной литературой, ее конспектирование, подготовку докладов по предложенным темам, а также выполнение различных индивидуальных и групповых творческих и исследовательских заданий, сформулированных преподавателем.

4.1.2 Примерные темы рефератов

Тема «Структурные элементы печатного рекламного текста»

1. Психолингвистические стоперы рекламного слогана
2. Квасислово как имя бренда
3. Имя бренда в имиджевой рекламе
4. Этическая экспертиза рекламного текста
5. Отражение региональной (национально-культурной) ментальности в слогане.
6. «Языковая игра» в слогане
7. Вербальные и невербальные элементы рекламного обращения
8. Юмор в разработке рекламных текстов
9. Функциональные особенности эхо-фраз
10. Рекламная мимикрия в заимствованных рекламных слоганах.
11. Тропы как апеллятивные средства рекламного текста.
12. Специфика работы над основным текстовым рекламным блоком
13. Манипулятивные приемы в слоганах политической рекламы
14. Специфика рекламных элементов текстов политической рекламы.
15. Соотношение элементов в рекламном тексте.
16. Фонетическое значение имени бренда.
17. Ошибки слоганистов.
18. Этическая и лингвистическая экспертиза рекламных текстовых элементов
19. Речевые приемы создания слогана
20. Манипулятивные технологии слоганистики.
21. Литературный перевод, изготовление подстрочников, драматургическая работа при создании текстов в СМИ.
22. Виды рекламных заголовков
23. Стилистические приемы в слогане
24. Каламбур как апеллятивное средство в текстах рекламы

4.1.3 Примерная тематика комплекта практических заданий

Тема «Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения».

Задания:

1. Определите примененную в слоганах УТП, манипулятивные технологии и художественные приемы:
 - А. Посмотрите, какая нежная кожа у моего малыша. Он себя в них всегда прекрасно чувствует.
 - Б. Велла. Вы великолепны.
 - В. Отлично сложен. Характер нордический, он швед. И все понимает без слов. Холодильник «Электролюкс»
 - Г. Кофе ЯКОБС аромат разбудит вас в начале дня. Утро, пора вставать. Тебя тянет еще поспать, но... крепкое разбудит вас кофе в ранний час.
 - Д. Ю. Меньшова: Показ ведущей. У нее берут интервью.
-А какие у вас.. красноречивый взгляд на ноги.

- Какие? Леванте... Я выбираю ЛЕВАНТЕ.

Е.Бабушка поит внуков молоком. Хорошо иметь домик в деревне!

2 Разработайте свой слоган для обозначенной преподавателем продукции, определив УТП с помощью брифа, используя несколько художественно-стилистических приемов и манипулятивных технологий

Пояснения по выполнению задания.

Магистрантам предлагается сначала выполнить тренировочные упражнения, позволяющие вспомнить теоретические основы разработки слогана, а затем выполнить поставленную творческую задачу: самим разработать слоган предложенного преподавателем продукта или услуги. Задание предполагает самостоятельную креативную работу по созданию слогана.

Тема «Основной текстовый рекламный блок»

.

Задание.

Создайте текст рекламного обращения, используя в нем техники эриксоновского гипноза для сокрытия команды «покупай!», и аттрактивные художественные приемы (не менее трех).

Пояснения по выполнению задания.

Магистрантам предлагается, разбившись на группы, разработать рекламный текст, скрывающий команду «покупай!» с последующим креативным показом результата выполненного задания.

Задание предполагает самостоятельную креативную работу по созданию основного рекламного блока.

При выполнении заданий необходимо продумать структуру создаваемых текстов, способ трансляции материала. Необходимо учитывать особенности применения манипулятивных стратегий и художественных приемов в рекламном тексте.

Тема «Особенности разработки сценария рекламного клипа»

Разработайте сценарий рекламного клипа для выбранного вами продукта. Определите тип показа товара, сюжетную схему. Используйте в тексте манипулятивные техники и образительные метафоры.

Пояснения по выполнению задания .

Магистрантам предлагается сначала выполнить тренировочные упражнения, позволяющие вспомнить теоретические основы разработки сценария телерекламы, а затем выполнить поставленную творческую задачу: самим разработать сценарий рекламы предложенного преподавателем продукта или услуги. Задание предполагает самостоятельную креативную работу по созданию сценария рекламного текста.

При выполнении заданий необходимо продумать структуру создаваемых телетекстов, способ трансляции материала, учесть специфику аудитории и предлагаемого продукта.

Тема «Текст и изображение в рекламе»

Задание.

1. Подберите к предложенным преподавателем текстам заголовки и иллюстрации
2. Разработайте рекламное обращение, сочетающее иллюстративный ряд и вербальный текст, объединенные единым УТП

Пояснения по выполнению задания .

Магистрантам предлагается выполнить упражнения, позволяющие вспомнить теоретические основы разработки УТП в рекламном обращении, а затем выполнить поставленную творческую задачу: самим разработать креолизованный рекламный текст определенного формата, в котором иллюстрация и вербальный контент дополняют друг друга.. Задание предполагает самостоятельную креативную работу.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации. Вопросы к зачету (семестр С)

1. Особенности работы и функции копирайтеров в рекламных агентствах.
2. Различные сферы деятельности копирайтера:
3. Психологические и творческие установки копирайтера
4. Обычная структура рекламного сообщения: имя брэнда, слоган, основной рекламный текстовый блок, справочные сведения в рекламе
5. Соотношение заголовка, слогана и имени брэнда.
6. Связь слогана с основным рекламным блоком и иллюстративным материалом.
7. Приемы выявления основных ошибок в рекламном тексте
8. Порождение и экспертиза имени брэнда в рекламе
9. Учет национальной специфики восприятия имени брэнда
10. Фонетическое значение и способы его выявления.
11. УТП в слогане.
12. Слоган – константа рекламного текста.
13. Приемы создания и анализа действенности рекламного слогана.
14. Критерии, значимые для оценки рекламного воздействия слогана.
15. Основные художественные приемы русской слоганистики.
16. Типичные ошибки в слоганах
17. Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения.
18. Структура основного текстового блока, его обязательные компоненты.
19. Продуктивная рекламная стратегия.
20. Взаимосвязь основного рекламного блока с другими элементами сообщения.
21. УТП в основном текстовом блоке.
22. Экспертиза созданного рекламного текста.
23. Основные художественные приемы рекламного печатного текста
24. Использование национально-культурных стереотипов в рекламном творчестве.
25. Виды радиорекламных текстов и их специфика.
26. Типовой сценарий клипа
27. Анализ и способы создания рекламного спота
28. Объем и художественные приемы основного рекламного блока.
29. Проблема «вовлечения» получателя и запоминаемости текста.
30. Экспертиза и создание сценария звукового рекламного ролика

Критерии оценивания

Зачет проводится устной форме по вопросам, связанным с выполнением конкретных практических заданий с последующим теоретическим обоснованием. Оценка знаний магистрантов производится по следующим критериям:

- **оценку «зачтено»** заслуживает магистрант глубоко и прочно усвоивший программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно изложивший материал, тесно увязав теорию с практикой,
- **оценку «не зачтено»** получает магистрант, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.

При подготовке ответов на вопросы выпускниками может быть использована справочная литература.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4.
2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4.

.

5.2 Дополнительная литература:

1. Годин А.М. Брендинг : учебное пособие. М.: «Дашков и К», 2012;
2. Денисова Н.И., Сомова Е.Г. Основы копирайтинга. Курс лекций. Краснодар. 2007;
3. Морозова И. Слагая слоганы. М. 2007.

5.3 Периодические издания:

1. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. URL: <http://www.mediascope.ru>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>.
3. Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.msu.ru/resources/msu-publ.html>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. <https://www.biblio-online.ru>-информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно- методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;

2. <https://e.lanbook.com> - информационно-образовательный проект, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Предполагается изучение литературы по курсу, подготовка практических заданий, подготовка к сдаче экзамена. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Методические указания к самостоятельной работе магистрантов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа магистрантов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы магистрантов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа магистрантов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы магистрант приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя магистрант должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу магистрантов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу магистрант должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе магистрантов.

магистрант может:

сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа магистрантов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется магистрантом самостоятельно. Каждый магистрант самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий.

Практические занятия (ПЗ)

Практические занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение магистрантом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний. Затем на занятиях в аудитории магистранты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу магистрантов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого магистранта по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, подготовка презентаций.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления магистранта с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа магистрантов предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Основными формами самостоятельной подготовки магистрантов является выполнение практических заданий и написание реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем магистрант может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата магистрант должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 Times New Roman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объем реферата – 10-15 страниц.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- Программы для просмотра и создания текстовых файлов («Microsoft Word»)
- Программы для просмотра pdf –файлов («AdobeReader»)
- Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint»)
- Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»)

8.3 Перечень информационных справочных систем:

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
- Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>);
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
- Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
- Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» ([http:// www.znanium.com](http://www.znanium.com))

9.Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Семинарские занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№304,305,404,406,407,408,409, 411 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
2.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ

		преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
4.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 401 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)