

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

(подпись)

Хагуров А.А.

«29» мая 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.11 Редактирование рекламных текстов
(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.03.03 Издательское дело
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль): Редакционно-издательская деятельность
(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения: очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация выпускника: бакалавр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины Б1.В.11 «Редактирование рекламных текстов» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, профиль (направленность) «Редакционно-издательская деятельность»

Программу составил(и):

Костенкова В.В., преподаватель


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.11 «Редактирование рекламных текстов» утверждена на заседании кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии

Протокол № 9 от «27» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой (разработчик) Абрамова Г.А.


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры издательского дела, стилистики и медиаиндустрии

Протокол № 9 от «27» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой (разработчик) Абрамова Г.А.


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 12-20 от «28» мая 2020 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.


подпись

Рецензенты:

Е.Г. Сомова, доктор филол. наук, профессор кафедры электронных средств массовой информации и новых медиа Кубанского государственного университета

В.А. Ильин, заместитель генерального директора по дизайну и маркетингу НАО «Печатный двор Кубани»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины «Редактирование рекламных текстов» – сформировать у студентов базовый комплекс знаний и навыков, необходимых для разработки и экспертной оценки рекламных текстов.

Общей целью дисциплины является развитие у студентов личностных качеств, а также формирование универсальных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.03 «Издательское дело». Профиль подготовки – «Редакционно-издательская деятельность».

1.2 Задачи дисциплины

1. Дать первоначальные знания о проблемах креативных разработок, а также роли вербальной составляющей рекламного текста.

2. Выработать у студентов практические навыки редактирования рекламных текстов путем выполнения практических и самостоятельных заданий.

3. Сформировать умение редактировать тексты, ориентируясь на потребности целевой аудитории; корректировать их в соответствии с нормами русского литературного языка.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Редактирование рекламных текстов» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана по программе бакалавриата направления подготовки 42.03.03 Издательское дело профиля «Редакционно-издательская деятельность».

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 профессиональных компетенций (ПК)

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
1.	<i>ПК-01 способен анализировать, оценивать, редактировать медиатексты СМИ разных типов, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями.</i>	нормы и стандарты редактирования медиатекстов СМИ разных типов	анализировать, оценивать и редактировать медиатексты СМИ разных типов	навыками работы над формами и стилями медиатекстов СМИ разных типов

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		7			

Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		52	52			
Занятия лекционного типа		16	16			
Лабораторные занятия		18	18			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		18	18			
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4	4			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:		51,8	51,8			
Курсовая работа		–	–			
Проработка учебного (теоретического) материала		10	10			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		10	10			
Реферат		10	10			
Лабораторная работа		10	10			
Подготовка к текущему контролю		11,8	11,8			
Контроль:						
Подготовка к экзамену		–	–			
Общая трудоемкость	час.	108	108			
	в том числе контактная работа	56,2	56,2			
	зач. ед	3	3			

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (*очная форма*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Реклама как вид массовой коммуникации. Виды рекламы	29,8	6	6	6	11,8
2.	Жанрово-стилистические особенности и структура рекламного текста	36	4	6	6	20
3.	Особенности литературного редактирования рекламного текста	38	6	6	6	20
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>						
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	–	–	–	–
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	–	–	–	–
	Подготовка к текущему контролю	–	–	–	–	–
	Общая трудоемкость по дисциплине	108	16	18	18	51,8

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

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Реклама как вид массовой коммуникации. Виды рекламы	Понятие рекламы. Функции и задачи рекламы. Понятие коммуникации. реклама как дискурс. Значение адресата для рекламной коммуникации. Концепты и символы рекламной коммуникации. Особенности коммерческой, политической и социальной рекламы. Реклама в прессе, на радио, телевидении, в интернете, наружная реклама и другие средства рекламы	К
2.	Жанрово-стилистические особенности и структура рекламного текста	Жанр рекламного объявления в аспекте его коммуникативных, речевых и языковых характеристик. Информационные, аналитические и публицистические жанры рекламы. Лингвистика жанра. Стилистическая дифференциация рекламных текстов. Особенности использования функциональных стилей в зависимости от тематики, вида, жанра и размещения рекламного произведения, а также целевой аудитории. Языковые средства, используемые для создания образности: тропы (метафоры, метонимии, синекдохи, гиперболы и др.); фигуры речи (анафора, эпифора, градация, риторический вопрос и др.). Стилиевые приемы, используемые при создании рекламного текста: прецедентный текст, цитация, контраст и др. Стилиевые принципы создания рекламного текста. Стилистический прием повтора.	К
3.	Особенности литературного редактирования рекламного текста	Текст как объект литературного редактирования. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации. Критерии оценки правильности речи. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения. Стилистические ошибки и способы их редактирования. Коммуникативные ошибки. Особенности редактирования модульного текста. Типичные фонетические погрешности. Ошибки в графической организации рекламного текста. Наиболее распространенные лексико-фразеологические, семантические и синтаксические ошибки в рекламе.	К

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Реклама как вид массовой коммуникации.	Особенности рекламной коммуникации. Виды рекламы и ее задачи.	Р
2.	Виды рекламы	Отличительные особенности коммерческой, политической и социальной рекламы.	Р
3.		Мифы, штампы и «вечные стереотипы» в рекламе	Р
4.	Жанрово-стилистические особенности и структура рекламного текста	Жанры рекламных произведений. Лингвистические аспекты выделения жанров в рекламе	Р
5.		Стилистическая принадлежность рекламных текстов	Р
6.		Структура рекламного текста	Р
7.	Особенности литературного редактирования рекламного текста	Особенности редактирования модульного текста	Р
8.		Типичные ошибки, встречающиеся в рекламе. Способы их устранения.	Р
9.		Культура речи и литературные нормы в рекламных произведениях.	Р

2.3.3 Лабораторные занятия

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Основные принципы составления рекламного текста. Закон о рекламе	ЛР
2.	Функции рекламы, типология видов рекламы	ЛР
3.	Идея рекламного текста. Составление шаблонов	ЛР
4.	Основные характеристики рекламного текста	ЛР
5.	Жанровая классификация рекламных текстов	ЛР
6.	Стилистические особенности рекламного текста разных типов	ЛР
7.	Редактирование слоганов и заголовков рекламного текста	ЛР
8.	Соблюдение логических законов в рекламных текстах	ЛР
9.	Соотношение норм языка и целей рекламных текстов	ЛР

Защита лабораторной работы (ЛР), написание реферата (Р), конспект лекции (К)

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые проекты 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	Реклама как вид массовой коммуникации. Виды рекламы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031 2. Рекламный дискурс и рекламный текст : монография. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 296 с. — ISBN 978-5-9765-1112-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/859032 3. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования : учебное пособие / Н.Г. Иншакова. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — ISBN 978-5-7567-0732-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/68857
2	Жанрово-стилистические особенности и структура рекламного текста	<ol style="list-style-type: none"> 1. Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. — Екатеринбург : УрФУ, 2012. — 264 с. — ISBN 978-5-7996-0741-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/98477 2. Рагимова, Ф.С. Актуализация прецедентных феноменов в рекламном тексте : учебное пособие / Ф.С. Рагимова. — Кемерово : КемГУ, 2011. — 123 с. — ISBN 978-5-8353-1185-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/30089 3. Клещев, О.И. Художественно-техническое редактирование : учебное пособие / О.И. Клещев. - Екатеринбург :Архитектон, 2012. - 62 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221962
3	Особенности литературного редактирования рекламного текста	<ol style="list-style-type: none"> 1. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования : учебное пособие / Н.Г. Иншакова. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — ISBN 978-5-7567-0732-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/68857 2. Клещев, О.И. Художественно-техническое редактирование : учебное пособие / О.И. Клещев. - Екатеринбург :Архитектон, 2012. - 62 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221962 3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст :

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,
- в форме аудиофайла,

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий. При изучении данной дисциплины реализуются следующие образовательные технологии: для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены лекционные, практические и лабораторные занятия, аудиторные самостоятельные работы и домашние реферативные работы по основным темам курса. Кроме того, используются активные и интерактивные формы занятий (групповые самостоятельные работы).

Основой образовательных технологий, используемых в данной дисциплине, является системный подход, который отличается личностной ориентированностью, диагностичностью, интенсивностью, диалогичностью, моделированием профессиональных ситуаций, проектированием дидактических функции в единстве с коммуникативными и личностными смыслами, модульностью, межпредметностью, креативностью.

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

4. Оценочные и методические материалы

4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «название дисциплины».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме реферативных заданий, защиты практических и лабораторных работ и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий к зачету.

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.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Реклама как вид массовой коммуникации. Виды рекламы	<i>ПК-01 (знать нормы и стандарты редактирования медиатекстов СМИ разных типов)</i>	<i>Лабораторная работа, практическое задание, реферативное сообщение</i>	<i>Вопросы на зачете 1, 8, 9, 10</i>
2	Жанрово-стилистические особенности и структура рекламного текста	<i>ПК-01 (знать нормы и стандарты редактирования медиатекстов СМИ разных типов, уметь анализировать, оценивать и редактировать медиатексты СМИ разных типов)</i>	<i>Лабораторная работа, практическое задание, реферативное сообщение</i>	<i>Вопросы на зачете 2, 3, 4</i>
3	Особенности литературного редактирования рекламного текста	<i>ПК-01 (знать нормы и стандарты редактирования медиатекстов СМИ разных типов, уметь анализировать, оценивать и</i>	<i>Лабораторная работа, практическое задание, реферативное сообщение</i>	<i>Вопросы на зачете 5, 6, 7, 12</i>

		<i>редактировать медиатексты СМИ разных типов, владеть навыками работы над формами и стилями медиатекстов СМИ разных типов)</i>		
--	--	---	--	--

Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
<i>ПК-01 способен анализировать, оценивать, редактировать медиатексты СМИ разных типов, приводит их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями.</i>	<i>Знает – нормы и стандарты редактирования медиатекстов СМИ разных типов (на минимальном уровне: опирается на примеры учебного материала).</i>	<i>Знает – нормы и стандарты редактирования медиатекстов СМИ разных типов (на хорошем уровне: опирается на примеры учебного материала и использует частично свои примеры).</i>	<i>Знает – нормы и стандарты редактирования медиатекстов СМИ разных типов (на высоком уровне: демонстрирует увлеченность, творческий подход, приводит примеры из практики функционирования отрасли, собственные примеры).</i>
	<i>Умеет – анализировать, оценивать и редактировать медиатексты СМИ разных типов (на минимальном уровне: опирается на примеры учебного материала).</i>	<i>Умеет – анализировать, оценивать и редактировать медиатексты СМИ разных типов (на хорошем уровне: опирается на примеры учебного материала и использует частично свои примеры).</i>	<i>Умеет – анализировать, оценивать и редактировать медиатексты СМИ разных типов (на высоком уровне: демонстрирует увлеченность, творческий подход, приводит примеры из практики функционирования отрасли, собственные примеры).</i>
	<i>Владеет – навыками работы над формами и стилями медиатекстов СМИ разных типов (на минимальном</i>	<i>Владеет – навыками работы над формами и стилями медиатекстов СМИ разных типов (на</i>	<i>Владеет – навыками работы над формами и стилями медиатекстов СМИ разных типов (на высоком уровне: демонстрирует увлеченность, творческий</i>

	уровне: опирается на примеры учебного материала).	хорошем уровне: опирается на примеры учебного материала и использует частично свои примеры).	подход, приводит примеры из практики функционирования отрасли, собственные примеры).
--	---	--	--

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов

1. Отличие рекламы от других видов маркетинговых коммуникаций.
2. Формы и виды некоммерческой рекламы.
3. «Вечные стереотипы» и символы в рекламе.
4. Ошибки в рекламном тексте.
5. Виды рекламной коммуникации.
6. Использование мифов в рекламе.
7. Положительные и отрицательные стереотипы. Методы обнаружения отрицательных стереотипов клиента.
8. Использование символов в рекламных сообщениях
9. Невербальные средства воздействия в рекламных текстах
10. Роль знаков, символов, цвета в текстах политической коммуникации.
11. Основные характеристики рекламного текста.
12. Принципы составления рекламного текста, недостатки.
13. Особенности и жанрообразующие признаки рекламных текстов.
14. Отличие рекламы от других видов маркетинговых коммуникаций.
15. Идея рекламного текста. Шаблоны идей.
16. Принципы составления рекламного текста.
17. Цвет в дизайне рекламы.
18. Ошибки в рекламном тексте.
19. Фонетика, речевые приемы рекламного текста.
20. Особенности текстов политической рекламы.
21. Заголовок в рекламе: типы, особенности, технология создания.
22. Эхо-фраза в рекламе: типы, особенности, приемы.
23. Девиз в рекламе: типы, особенности, приемы. Основные характеристики рекламного текста.
24. Особенности социальной рекламы.
25. Особенности рекламы в различных видах деятельности (в спорте, банковском деле, медицине).
26. Стили рекламных текстов.
27. Сегментирование рынка. Виды целевой аудитории рекламного сообщения.
28. Приемы воздействия, применяемые в рекламных текстах.
29. Функции рекламы, типология видов рекламы.
30. Слоган: виды, требования, особенности.
31. Эффективность рекламного сообщения.
32. Стратегии рекламного сообщения.
33. Особенности текста рекламного объявления.

34. Рекламные тексты на радио – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки.
35. Психология потребительской мотивации в рекламе.
36. Композиция рекламного текста и эмоции человека.
37. Рекламные тексты для ТВ – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки.
38. Тексты наружной рекламы – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки.
39. Реклама в прессе – особенности, характеристики, виды, достоинства, недостатки.
40. Особенности текстов рекламы в Интернете.
41. Недобросовестная, неэтичная и недостоверная реклама.
42. Соотношение норм языка и целей рекламных текстов.
43. Соблюдение логических законов в рекламных текстах.
44. Виды социальной информации, не подлежащей огласки в рекламных текстах.
45. Информация в рекламе, как защита прав потребителей.
46. Закон о Рекламе: запрещенные законом виды рекламы.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством:

ПК-01: способен анализировать, оценивать, редактировать медиатексты СМИ разных типов, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями.

Примерные задания для практических работ

Творческое задание «Подберите рекламные слоганы (не менее 10), в которых используются фразеологизмы».

Творческое задание «Подберите рекламные слоганы (не менее 10), в которых используются симметричные или открытые конструкции».

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством:

ПК-01: способен анализировать, оценивать, редактировать медиатексты СМИ разных типов, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями.

Примерные задания для лабораторных работ

Выберите 2 рекламных текста: один эффективный с точки зрения копирайтинга, другой неэффективный. Проанализируйте их, используя следующие вопросы:

1. Определите задачу, выполняемую рекламным текстом (обычная предлагающая реклама, имиджевая, трансформирующая и т.д.).
2. Определите разновидность рекламного текста (традиционное, редакционное, купонное объявление и др.).
3. Охарактеризуйте использованные при создании рекламного текста стилевые принципы (краткость, оригинальность, выразительность) и стилевые приемы (прием контраста, прием доброго слова, прием эффективных связок и др.).
4. Охарактеризуйте структуру рекламного текста:
- выделите заголовок и определите его вид,

- найдите ОРТ (основной рекламный текст): вводный абзац, внутренние абзацы, заключение,
- определите эффективность коды,
- опишите художественную и маркетинговую ценность слогана.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством:

ПК-01: способен анализировать, оценивать, редактировать медиатексты СМИ разных типов, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

Вопросы для подготовки к зачету

1. Особенности рекламной коммуникации. Виды рекламы и ее задачи.
2. Жанры рекламных произведений. Лингвистические аспекты выделения жанров в рекламе.
3. Стилистическая принадлежность рекламных текстов.
4. Структура рекламного текста.
5. Слоган и его виды. Лингвистические особенности рекламного слогана. Художественные приемы, используемые при его создании.
6. Языковые средства воздействия в рекламе. Виды воздействия.
7. Языковые средства для создания образности в рекламе. Тропы и фигуры речи в рекламных произведениях.
8. Особенности текстов газетно-журнальной рекламы.
9. Особенности текстов теле- и радиорекламы.
10. Специфика наружной рекламы.
11. Реклама в сети Интернет. Особенности построения рекламных текстов.
12. Особенности редактирования модульного текста. Типичные ошибки, встречающиеся в рекламе. Способы их устранения.
13. Культура речи и этические нормы в рекламных произведениях.

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством:

ПК-01: способен анализировать, оценивать, редактировать медиатексты СМИ разных типов, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, формами, стилями.

4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические рекомендации по выполнению реферативных работ по курсу «Редактирование рекламных текстов»

Тему реферативного выступления студенты выбирают из списка, предложенного преподавателем. Студент также может предложить собственную тему, обосновав при этом целесообразность ее разработки.

Реферативные работы помогут научиться лаконично излагать свои мысли. Подготовка реферата способствует закреплению знаний, полученных на лекционных и семинарских занятиях, развитию умений самостоятельно анализировать.

Реферат представляет собой краткое изложение программного материала в соответствии с его трактовкой в литературе по издательскому делу. Студент должен проиллюстрировать свое выступление наглядным материалом (таблицы, схемы, рисунки, образцы оформления изданий). Может быть использована презентация. Кроме того, в сжатой (тезисной) форме студент представляет материал для его записи в тетрадях студентами группы.

Реферат должен отвечать определенным требованиям (стандартам) по содержанию и оформлению. Реферат, как краткое изложение в письменном виде результатов изучения научной проблемы, состоит из: введения, глав, заключения, списка использованных источников и литературы.

Во *введении* последовательно излагаются актуальность темы; анализ источников и литературы по теме; цель написания реферата; структура реферата.

Основная часть реферата может быть разделена на несколько глав, посвященных разным аспектам выбранной темы.

В *заключении* автор реферата должен кратко сформулировать основные моменты реферата и соответствующие выводы.

Подготовленная и оформленная в соответствии с требованиями реферат оценивается преподавателем по следующим критериям:

- достижение поставленной цели и задач исследования;
- уровень эрудированности автора по изученной теме (знание автором состояния изучаемой проблематики, цитирование источников, степень использования в работе результатов исследований);
- личные заслуги автора реферата (новые знания, которые получены помимо образовательной программы, новизна материала и рассмотренной проблемы, научное значение исследуемого вопроса);
- культура письменного изложения материала (логичность подачи материала, грамотность автора)
- культура оформления материалов работы (соответствие реферата всем стандартным требованиям);
- степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
- использование литературных источников.

Объективность оценки работы преподавателем заключается в определении ее положительных и отрицательных сторон, по совокупности которых он окончательно оценивает представленную работу. При отрицательной рецензии работа возвращается на доработку с последующим представлением на повторную проверку с приложением замечаний, сделанных преподавателем.

Реферат может быть выполнен в рукописном или в электронном (на бумажном носителе) варианте.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, 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 студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов

способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

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

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов 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 студент 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 студентов.

студент 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 студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент 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 «Редактирование рекламных текстов» 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 и лабораторных занятий (*Л, ПЗ, ЛР*).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную

подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения.

Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

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

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

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: с электронными образовательными ресурсами, учебниками и учебными пособиями по курсу. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

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.

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

5.1 Основная литература:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 326 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02394-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031>
2. Бочарова, Т.И. Рекламные тексты. Сборник упражнений : учебное пособие / Т.И. Бочарова. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 88 с. — ISBN 978-5-8114-3184-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/109621>
3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblionline.ru/bcode/438737>

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

1.2 Дополнительная литература:

1. Рекламный дискурс и рекламный текст : монография. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 296 с. — ISBN 978-5-9765-1112-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/859032>
2. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования : учебное пособие / Н.Г. Иншакова. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — ISBN 978-5-7567-0732-8. —

Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68857>

3. Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. — Екатеринбург : УрФУ, 2012. — 264 с. — ISBN 978-5-7996-0741-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/98477>

4. Рагимова, Ф.С. Актуализация прецедентных феноменов в рекламном тексте : учебное пособие / Ф.С. Рагимова. — Кемерово : КемГУ, 2011. — 123 с. — ISBN 978-5-8353-1185-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/30089>

5. Клещев, О.И. Художественно-техническое редактирование : учебное пособие / О.И. Клещев. - Екатеринбург : Архитектон, 2012. - 62 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221962>

5.3. Периодические издания:

Не требуются

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

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия и лабораторные работы (ПЗ, ЛР).

Практические занятия и лабораторные работы являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: с электронными образовательными ресурсами, учебниками и учебными пособиями по курсу. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

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.

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

7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий

1. Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты и личных кабинетов.

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечен

1. Microsoft Windows 8, 10"№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"20.11.2018"Операционная система (Интернет, просмотр видео, запускприкладных программ)".

2. Microsoft Office Professional Plus "№73–АЭФ/223-ФЗ/2018 Соглашение Microsoft ESS 72569510"20.11.2018Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты.

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

3. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитории: 202, 205, 302, 402 (мультимедийны проектор, комплект учебной мебели, доска учебная), 209, 309, 411(переносное оборудование (ноутбук, проектор), комплект учебной мебели, доска учебная).
2.	Семинарские занятия	Аудитории: 304, 305, 306, 408 (переносное оборудование (ноутбук, проектор), комплект учебной мебели, доска учебная)
3.	Лабораторные занятия	Аудитории 307 (комплект учебной мебели, доска учебная), 310, 410 (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)
4.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитории: 208 (имеется выход в интернет, комплект учебной мебели), 411 (комплект учебной мебели, доска учебная), 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)
5.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории: 304, 305, 306, 408 (переносное оборудование (ноутбук, проектор), комплект учебной мебели, доска учебная)
6.	Самостоятельная работа	Аудитории: 301 (мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор); 307 (переносное оборудование (ноутбук, проектор), комплект учебной мебели, доска учебная)