

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

«*ЛД*»

1 мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.О.15.05 КОПИРАЙТИНГ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с общественностью в СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2022

Рабочая программа дисциплины Б1.О.15.05 Копирайтинг составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

М.А. Кучменко, доцент, канд. филол. наук
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.О.15.05 Копирайтинг утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 10 «12» мая 2022 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 11-22 «12» мая 2022 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Г.А. Абрамова, доктор филологических наук, проф., зав. кафедрой издательского дела, стилистики и медиаиндустрии ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Ф.Б. Бешукова, д-р филол. наук, профессор, зав. кафедрой литературы и журналистики ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Программа ставит своей целью подготовку учащихся к аналитической рекламной деятельности в области копирайтинга, поэтому направлена на развитие культуры их мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

Программа продуцирует углубленное представление о структуре и единицах рекламного сообщения, предполагая обучить студентов современным продуктивным тактикам и стратегиям воздействия рекламного текста на аудиторию. Параллельно предполагается развивать способности учащихся использовать на практике навыки и умения в организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ и их умение принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации.

Курс базируется на новом подходе, основополагающими принципами которого является учет особенностей психологического восприятия текста, предполагающего возможности моделирования текстового рекламного сообщения.

Дисциплина нацелена не только на повышение уровня теоретических знаний студентов, но и на обучение их практическим навыкам речевого общения в рекламной деятельности. 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. Практические задания обращены к реальным ситуациям, возникающим в рекламной коммуникации, близкие к тем, с которыми студенты могут столкнуться в своей профессиональной деятельности.

1.2 Задачи дисциплины

1. Углубить знания учащихся о стилистической дифференциации и стилистической принадлежности рекламных произведений, расширить представление студентов о рекламных жанрах на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации.

2. Выработать умение создавать эффективные по своему воздействию рекламные тексты в зависимости от рекламного носителя или СМИ.

3. Повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки студентов, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности, тем самым дать понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности в сфере рекламы.

4. Обучить методологии и практике экспертирования продуктивных рекламных сообщений, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности, умении провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Копирайтинг» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Копирайтинг» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Русский язык и основы деловой коммуникации», «Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации», «Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью».

Дисциплина «Копирайтинг» закладывает основу для последующего изучения следующих дисциплин: «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта», «Современная пресс-служба».

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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	
ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах.	Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества.
ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний.	Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний.
ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития.	Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России.
ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний.	Знает историческое наследие и социокультурные традиции. Умеет критически анализировать историческое наследие. Владеет навыками критического анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний.
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ИОПК-1.1. Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.	Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Владеет способностью создавать коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Знает достижения отечественной и мировой культуры.	Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Знает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Владеет навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).
ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).	Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). Знает нормы русского и иностранных языков. Умеет учитывать особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ИОПК-3.1. Знает достижения отечественной и мировой культуры.	Знает достижения отечественной и мировой культуры. Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры Владеет способностью использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры.
ИОПК-3.2. Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры.	Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры. Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры Владеет способностью создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры.
ИОПК-3.3. Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов.	Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов. Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Умеет использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов.

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная			заочная
		3 семестр (часы)			3 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:	38,3/20,3	38,3			20,3
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа	16/8	16			8
лабораторные занятия	18/4	18			4
занятия семинарского типа (практические занятия)	8				8
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3/0,3	0,3			0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	34/79	34			79
<i>Контрольная работа</i>	4/4	4			4
<i>Реферат/эссе (подготовка)</i>	14/4	14			4
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	13/68	13			68
Подготовка к текущему контролю	3/3	3			3
Контроль:	35,7/8,7	35,7			8,7
Подготовка к экзамену					

Общая трудоемкость	час.	108/10 8	108			108
	в том числе контактная работа	38,3/20 ,3	38,3			20,3
	зач. ед	3/3	3			3

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Предмет, структура и методология курса	8	2		2	4
2.	Печатный рекламный текст: структура, создание и внедрение в жизнь рекламного проекта	8	2		2	4
3.	Рекламное сообщение как продукт деятельности копирайтера	4	2		2	4
4.	Порождение и экспертиза имени брэнда в рекламе	8	2		2	4
5.	Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения	8	2		2	4
6.	Основной текстовый рекламный блок	8	2		2	4
7.	Тексты радиорекламы	8	2		2	4
8.	Рекламный текст на TV	6	1		2	3
9.	Особенности текстов политрекламы	6	1		2	3
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i>	68	16		18	34
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

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

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
10.	Предмет, структура и методология курса	8	1	1		9
11.	Печатный рекламный текст: структура, создание и внедрение в жизнь рекламного проекта	8	1	1	1	9
12.	Рекламное сообщение как продукт деятельности копирайтера	4		1		9
13.	Порождение и экспертиза имени брэнда в рекламе	8	1	1		9
14.	Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения	8	1	1	1	9
15.	Основной текстовый рекламный блок	8	1			9
16.	Тексты радиорекламы	8	1	1	1	8
17.	Рекламный текст на TV	6	1	1	1	8
18.	Особенности текстов политрекламы	6	1	1		9
	Итого по разделам дисциплины дисциплины:	99	8	8	4	79
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	8,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа (очная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Предмет и структура дисциплины	Введение. Объект курса – рекламная деятельность, предмет – создание рекламного текста.	<i>Конспект лекций</i>
2.	Структура печатного рекламного текста	Обычная структура рекламного сообщения: имя брэнда, слоган, основной рекламный текстовый блок, справочные сведения в рекламе.	<i>Конспект лекций</i>
3.	Рекламное сообщение как продукт деятельности копирайтера	Копирайтер как создатель рекламного сообщения. Типы рекламных агентств, их формат и функции копирайтеров. Психологические и творческие установки копирайтера.	<i>Конспект лекций</i>

4.	Особенности русской слоганистики	Основные художественные приемы русской слоганистики. Ошибки, возникающие в работе слоганиста.	<i>Конспект лекций</i>
5.	Основной текстовый рекламный блок: структура	Структура основного текстового блока, его обязательные компоненты. Понятие рекламной стратегии, примеры наиболее продуктивных рекламных стратегий.	<i>Конспект лекций</i>
6.	Структура текстов радиорекламы	Структура радиоролика. Виды радиорекламных текстов и их специфика.	<i>Конспект лекций</i>
7.	Рекламный текст на TV	Создание сценария телевизионного ролика. Соотношение потребителя и рекламного героя в видео-ролике. Схемы роликов внутри телевизионной кампании (ограничительная, полуограничительная, свободная). Основные понятия ораторской и режиссерской деятельности в деятельности копирайтера. Учет формата и времени, раскадровка оформление сценария. Этапы работы над созданием сценария рекламного видеоролика. Кастинг персонажей, специфика озвучивания	<i>Конспект лекций</i>
8.	Особенности текстов политрекламы	Виды текстов политической рекламы. Ошибки в текстах политической рекламы. Техника «тройной спирали» в текстах политической рекламы. Соотношение имени брэнда, слогана и основного текстового блока в политической листовке. Речевые приемы создания политического имиджа. Этическая экспертиза текстов политрекламы. Тексты «скрытой» политрекламы. Учет возможности антирекламы, текстовые приемы политической борьбы.	<i>Конспект лекций</i>

Занятия лекционного типа (заочная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
9.	Предмет и структура дисциплины	Введение. Объект курса – рекламная деятельность, предмет – создание рекламного текста.	<i>Конспект лекций</i>
10.	Структура печатного рекламного текста	Обычная структура рекламного сообщения: имя брэнда, слоган, основной рекламный текстовый блок, справочные сведения в рекламе.	<i>Конспект лекций</i>
11.	Рекламное сообщение как продукт	Копирайтер как создатель рекламного сообщения. Типы рекламных агентств, их формат и функции копирайтеров. Психологические и творческие установки копирайтера.	<i>Конспект лекций</i>

	деятельности копирайтера		
12.	Особенности русской слоганистики	Основные художественные приемы русской слоганистики. Ошибки, возникающие в работе слоганиста.	<i>Конспект лекций</i>
13.	Основной текстовый рекламный блок: структура	Структура основного текстового блока, его обязательные компоненты. Понятие рекламной стратегии, примеры наиболее продуктивных рекламных стратегий.	<i>Конспект лекций</i>
14.	Структура текстов радиорекламы	Структура радиоролика. Виды радиорекламных текстов и их специфика.	<i>Конспект лекций</i>
15.	Рекламный текст на TV	Создание сценария телевизионного ролика. Соотношение потребителя и рекламного героя в видео-ролике. Схемы роликов внутри телевизионной кампании (ограничительная, полуограничительная, свободная). Основные понятия ораторской и режиссерской деятельности в деятельности копирайтера. Учет формата и времени, раскадровка оформление сценария. Этапы работы над созданием сценария рекламного видеоролика. Кастинг персонажей, специфика озвучивания	<i>Конспект лекций</i>
16.	Особенности текстов политрекламы	Виды текстов политической рекламы. Ошибки в текстах политической рекламы. Техника «тройной спирали» в текстах политической рекламы. Соотношение имени брэнда, слогана и основного текстового блока в политической листовке. Речевые приемы создания политического имиджа. Этическая экспертиза текстов политрекламы. Тексты «скрытой» политрекламы. Учет возможности антирекламы, текстовые приемы политической борьбы.	<i>Конспект лекций</i>

2.3.2 Занятия семинарского типа – не предусмотрены

Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы) (заочная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Предмет и структура дисциплины	Введение. Объект курса – рекламная деятельность, предмет – создание рекламного текста.	<i>Реферат</i>
2	Структура печатного рекламного текста	Обычная структура рекламного сообщения: имя брэнда, слоган, основной рекламный текстовый блок, справочные сведения в рекламе.	<i>Реферат</i>

3	Рекламное сообщение как продукт деятельности копирайтера	Копирайтер как создатель рекламного сообщения. Типы рекламных агентств, их формат и функции копирайтеров. Психологические и творческие установки копирайтера.	<i>Реферат</i>
4	Особенности русской слоганистики	Основные художественные приемы русской слоганистики. Ошибки, возникающие в работе слоганиста.	<i>Реферат</i>
5	Основной текстовый рекламный блок: структура	Структура основного текстового блока, его обязательные компоненты. Понятие рекламной стратегии, примеры наиболее продуктивных рекламных стратегий.	<i>Реферат</i>
6	Структура текстов радиорекламы	Структура радиоролика. Виды радиорекламных текстов и их специфика.	<i>Реферат</i>
7	Рекламный текст на TV	Создание сценария телевизионного ролика. Соотношение потребителя и рекламного героя в видео-ролике. Схемы роликов внутри телевизионной кампании (ограничительная, полуограничительная, свободная). Основные понятия ораторской и режиссерской деятельности в деятельности копирайтера. Учет формата и времени, раскадровка оформление сценария. Этапы работы над созданием сценария рекламного видеоролика. Кастинг персонажей, специфика озвучивания	<i>Реферат</i>
8	Особенности текстов политрекламы	Виды текстов политической рекламы. Ошибки в текстах политической рекламы. Техника «тройной спирали» в текстах политической рекламы. Соотношение имени брэнда, слогана и основного текстового блока в политической листовке. Речевые приемы создания политического имиджа. Этическая экспертиза текстов политрекламы. Тексты «скрытой» политрекламы. Учет возможности антирекламы, текстовые приемы политической борьбы.	<i>Реферат</i>

Лабораторные занятия (очная форма обучения)

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Предмет и структура дисциплины	ЛР
2.	Структура печатного рекламного текста	ЛР

3.	Создание и внедрение в жизнь рекламного проекта	ЛР
4.	Сферы деятельности копирайтера	ЛР
5.	Основной текстовый рекламный блок: структура	ЛР
6.	Место и роль основного рекламного блока в рекламном сообщении	ЛР
7.	Структура текстов радиорекламы	ЛР
8.	Рекламный текст на TV: этапы создания	ЛР
9.	Особенности текстов политрекламы	ЛР

Лабораторные занятия (заочная форма обучения)

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
10.	Предмет и структура дисциплины. Структура печатного рекламного текста	ЛР
11.	Создание и внедрение в жизнь рекламного проекта. Сферы деятельности копирайтера а.	ЛР
12.	Рекламный текст на TV.	ЛР
13.	Особенности текстов политрекламы	ЛР

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 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	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям и т.д.)	1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в том числе по организации самостоятельной работы студентов и проведения интерактивных форм занятий, утвержденные на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью, протокол №11 от 20.05.2021

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,
- в печатной форме на языке Брайля.

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, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа студентов.

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; ^[1]_{SEP}
- логичность, четкость и ясность в изложении материала; ^[1]_{SEP}
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью ^[1]_{SEP} активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; ^[1]_{SEP}
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; ^[1]_{SEP}
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; ^[1]_{SEP}
- 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 (ПЗ).

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. 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 в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Лабораторные занятия (ЛЗ)

Лабораторные 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 студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах.	Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества.	Лабораторная работа Конспект лекций реферат	Вопрос на экзамене 1-6

2	ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний.	Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний.	Лабораторная работа Конспект лекций реферат	Вопрос на экзамене 7-12
3	ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития.	Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России.	Лабораторная работа Конспект лекций реферат	Вопрос на экзамене 13-18
4	ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний.	Знает историческое наследие и социокультурные традиции. Умеет критически анализировать историческое наследие. Владеет навыками критического анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний.	Лабораторная работа Конспект лекций реферат	Вопрос на экзамене 19-24

5	<p>ИОПК-1.1. Знает потребности общества и индустрии медиатекстах (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.</p>	<p>Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.</p> <p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>Владеет способностью создавать коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>Лабораторная работа Конспект лекций реферат</p>	<p>Вопрос на экзамене 25-30</p>
6	<p>ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Знает достижения отечественной и мировой культуры.</p>	<p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>Знает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>Владеет навыками создавать востребованные</p>	<p>Лабораторная работа Конспект лекций реферат</p>	<p>Вопрос на экзамене 31-37</p>

		обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).		
7	ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).	Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). Знает нормы русского и иностранных языков. Умеет учитывать особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).	Лабораторная работа Конспект лекций реферат	Вопрос на экзамене 38-44
8	ИОПК-3.1. Знает достижения отечественной и мировой культуры.	Знает достижения отечественной и мировой культуры. Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры Владеет способностью использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры.	Лабораторная работа Конспект лекций реферат	Вопрос на экзамене 45-51
9	ИОПК-3.2. Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений	Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры.	Лабораторная работа Конспект лекций реферат	Вопрос на экзамене 52-58

	отечественной и мировой культуры.	Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры Владеет способностью создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры.		
10	ИОПК-3.3. Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов.	Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов. Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры Умеет использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов.	Лабораторная работа Конспект лекций реферат	Вопрос на экзамене 59-64

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
Примерный перечень вопросов и заданий

Примерная тематика лабораторных занятий:

Тема: Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения

Задание:

1. Рассмотреть примеры УТП в слоганах (по выбору студента)
2. Охарактеризовать основные художественные приемы российской слоганистики на конкретных примерах по выбору студента
3. Проанализировать ошибки, возникающие в работе слоганиста на примере слоганов по выбору студента
4. Разработать несколько слоганов для товаров / услуг по выбору студента

Реферат

Тематика рефератов

1. Психолингвистические стопперы рекламного текста
2. Самореклама в эфире (на материале спотов фм-радиостанций)
3. Имиджевая реклама телевидущих
4. Этическая экспертиза рекламного сообщения
5. Отражение региональной (национально-культурной) ментальности в кубанской рекламе.
6. «Языковая игра» в рекламе
7. Вербальные и невербальные приемы создания рекламных персонажей
8. Юмор в рекламе
9. Жанровые особенности радиорекламы
10. Мимикрия рекламных образов в заимствованных рекламных клипах.
11. Тропы как апеллятивные средства рекламного текста.
12. Основы нейро-лингвистического программирования (НЛП). Особенности применения НЛП в рекламе и PR.
13. Понятие копирайтинга в широком и узком смысле.
14. Функциональные обязанности копирайтера и требования к уровню его подготовки
15. Специфика работы над сценарием телевизионного клипа
16. Манипулятивные приемы в текстах политической рекламы
17. Типы рекламных агентств, их формат и функции копирайтеров
18. Различные сферы деятельности копирайтера: литературный перевод, изготовление подстрочников, драматургическая работа при создании текстов в СМИ.
19. Психологические и творческие установки копирайтера
20. Обычная структура рекламного сообщения: имя брэнда, слоган, основной рекламный текстовый блок, справочные сведения в рекламе
21. Соотношение заголовка, слогана и имени брэнда.
22. Связь слогана с основным рекламным блоком и иллюстративным материалом.
23. Приемы выявления основных ошибок в рекламном тексте
24. Работа с подстрочниками к иллюстрациям
25. Порождение и экспертиза имени брэнда в рекламе
26. Основные временные и проксемические параметры имени брэнда.
27. Учет национальной специфики восприятия имени брэнда
28. Фонетическое значение и способы его выявления.
29. УТП в слогане.
30. Слоган – константа рекламного текста.
31. Терминология рекламных текстов: заголовки, слоганы, подзаголовки, основной текст, врезы, вставки и рамки, девизы, иллюстрации, печати, логотипы и автографы.
32. Разработка названий для товаров (brend name).
33. Приемы создания и анализа действенности рекламного слогана.
34. Критерии, значимые для оценки рекламного воздействия слогана.
35. Основные художественные приемы русской слоганистики.
36. Основные ошибки в слоганах
37. Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения.
38. Структура основного текстового блока, его обязательные компоненты.
39. Продуктивная рекламная стратегия.
40. Взаимосвязь основного рекламного блока с другими элементами сообщения.
41. УТП в основном текстовом блоке.
42. Экспертиза созданного рекламного текста.
43. Основные художественные приемы рекламного печатного текста
44. Использование национально-культурных стереотипов в рекламном творчестве.
45. Когнитивные процессы в формировании рекламных образов
46. Мифы в рекламном творчестве.

47. Структура радиоролика.
48. Виды радиорекламных текстов и их специфика.
49. Звуковая метафора в радиорекламе.
50. Типовой сценарий спота
51. Кастинг голосов в рекламе на радио.
52. Анализ и способы создания рекламного спота
53. Объем и художественные приемы основного рекламного блока.
54. Проблема «вовлечения» получателя и запоминаемости текста.
55. Экспертиза и создание сценария звукового рекламного ролика
56. Сценарий телевизионного ролика.
57. Соотношение потребителя и рекламного героя в видео-ролике.
58. Схемы роликов внутри телевизионной кампании
59. Рекламные материалы в СМИ.
60. Виды текстов политической рекламы. Ошибки в текстах политрекламы.
61. Этическая и лингвистическая экспертиза текстов политрекламы
62. Речевые приемы создания политического имиджа
63. Ораторские приемы политической рекламы.
64. Ошибки в текстах политической рекламы
65. Соотношение имени брэнда, слогана и основного текстового блока в политической листовке.
66. Креатив: понятие, виды, проблематика. Общая схема разработки рекламной идеи.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Структура рекламного текста.
2. Жанровое разделение рекламных текстов (виды рекламных текстов).
3. Речевые ошибки в рекламе.
4. Национально-культурная специфика языка рекламы. Трудности перевода рекламных текстов
5. Имя брэнда. Основные параметры. УТП в имени брэнда.
6. Фонетическое значение имени брэнда и способы его определения.
7. Слоган как рекламная константа. УТП в слогане
8. Правила создания слогана эффективной рекламы
9. Параметры ценности слогана. Соотношение имени брэнда и слогана.
10. Анализ рекламного слогана.
11. Художественные приемы русской слоганистики (рифма, тропы, каламбур, слова-матрешки и т. д.)
12. Основной текстовый блок. Структура и композиция.
13. Понятие о рекламной стратегии. Типы стратегий.
14. Суггестивные стратегии и тактики в текстах рекламы. Манипулятивные приемы в текстах рекламы.
15. Жанры радиорекламы. Специфика языка радиорекламы.
16. Создание радиоролика.
17. Язык телерекламы. Этапы работы копирайтера над телероликом.
18. Особенности создания сценария ролика телерекламы.
19. Типичные схемы телесюжетов в рекламе
20. Тизерная стратегия в рекламе
21. Специфика стихотворной рекламной стратегии
22. Законы текста политической рекламы
23. Использование принципа «тройной спирали» в текстах политической рекламы.
24. Правила составления текста политической речи и политической листовки.

25. Техника кавычек» в критических материалах политической рекламы
26. Заголовок в рекламном тексте. Виды заголовков
27. Виды печатной рекламы
28. Типы макетов в иллюстрированных рекламных журналах
29. Использование языка в рекламе.
30. Вербальное и невербальное воздействие.
31. Когнитивная психология на службе у рекламы
32. Применение теории Э. Берна в рекламной деятельности
33. Речевые тактики и стратегии в рекламе.
34. Техники Эриксоновского гипноза в рекламе
35. НЛП в рекламе
36. Психология коммуникаций с потребителем. Конфликтология
37. Психологические приемы создания имиджа в рекламе
38. Психологическая экспертиза рекламы
39. Психология манипулятивных приемов в рекламе
40. Национально-культурная специфика рекламного воздействия
41. Объем и художественные приемы основного рекламного блока.
42. Проблема «вовлечения» получателя и запоминаемости текста.
43. Экспертиза и создание сценария звукового рекламного ролика
44. Сценарий телевизионного ролика.
45. Соотношение потребителя и рекламного героя в видеоролике.
46. Схемы роликов внутри телевизионной кампании
47. Рекламные материалы в СМИ.
48. Виды текстов политической рекламы. Ошибки в текстах политрекламы.
49. Этическая и лингвистическая экспертиза текстов политрекламы
50. Речевые приемы создания политического имиджа
51. Ораторские приемы политической рекламы.
52. Ошибки в текстах политической рекламы
53. Соотношение имени брэнда, слогана и основного текстового блока в политической листовке.
54. Креатив: понятие, виды, проблематика. Общая схема разработки рекламной идеи.
55. Специфика психологического воздействия в политической рекламе
56. Особенности радиорекламы
57. Психологические аспекты телерекламы.
58. Психолингвистические приемы в рекламе на месте продажи
59. Пресс-реклама как объект манипулятивных технологий («скрытая реклама»)
60. Гендерные подходы в рекламе
61. Когнитивные процессы в формировании рекламных образов
62. Мифы в рекламном творчестве.
63. Рациональное и эмоциональное в рекламном обращении.
64. Национально-культурные номинативные компоненты рекламного текста (слово, словосочетание, фразеологизм, афоризм, метафора).

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.

Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 345 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11621-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475753> (дата обращения: 24.05.2021).

2. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 206 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-12958-8. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/448642> (дата обращения: 28.05.2021).

3. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б.

Кольшклина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 305 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14014-9. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/477252> (дата обращения: 24.05.2021).

4. Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) / В. Л. Музыкант, Д. С. Скнарев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 274 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064> (дата обращения: 28.05.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9709-2. – Текст : электронный.

5. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 159 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04084-5. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/453912> (дата обращения: 24.05.2021).

6. Сердобинцева, Е. Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие : [16+] / Е. Н. Сердобинцева. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575> (дата обращения: 29.05.2021). – Библиогр.: с. 128-129. – ISBN 978-5-9765-0910-8. – Текст : электронный.

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>

17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы

КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

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

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

Методические указания по занятиям лекционного типа

В ходе занятия лекционного типа студентам рекомендуется конспектировать ее основные положения, не стоит пытаться дословно записать всю лекцию, поскольку скорость лекции не рассчитана на аутентичное воспроизведение выступления лектора в

конспекте. Тем не менее, она является достаточной для того, чтобы студент смог не только усвоить, но и зафиксировать на бумаге сущность затронутых лектором проблем, выводы, а также узловые моменты, на которые обращается особое внимание в ходе лекции. Основным средством работы на лекционном занятии является конспектирование. Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая студенту немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию. Конспект в переводе с латыни означает «обзор». По существу, его и составлять надо как обзор, содержащий основные мысли текста без подробностей и второстепенных деталей.

Конспект носит индивидуализированный характер: он рассчитан на самого автора и поэтому может оказаться малопонятным для других. Для того чтобы осуществлять этот вид работы, в каждом конкретном случае необходимо грамотно решить следующие задачи:

1. Сориентироваться в общей концепции лекции (уметь определить вступление, основную часть, заключение).
2. Увидеть логико-смысловую канву сообщения, понять систему изложения информации в целом, а также ход развития каждой отдельной мысли.
3. Выявить «ключевые» мысли, т.е. основные смысловые вехи, на которые «нанизано» все содержание текста.
4. Определить детализирующую информацию.
5. Лаконично сформулировать основную информацию, не перенося на письмо все целиком и дословно.

Определения, которые дает лектор, стоит по возможности записать дословно и выделить другим цветом или же подчеркнуть. В случае изложения лектором хода научной дискуссии желательно кратко законспектировать существо вопроса, основные позиции и фамилии ученых, их отстаивающих. Если в обоснование своих выводов лектор приводит ссылки на справочники, статистические данные, нормативные акты и другие официально опубликованные сведения, имеет смысл лишь кратко отразить их существо и указать источник, в котором можно полностью почерпнуть излагаемую информацию.

Во время лекции студенту рекомендуется иметь на столах помимо конспектов также программу курса, которая будет способствовать развитию мнемонической памяти, возникновению ассоциаций между выступлением лектора и программными вопросами.

В случае возникновения у студента по ходу лекции вопросов, их следует записать и задать в конце лекции в специально отведенное для этого время.

По окончании лекции (в тот же или на следующий день, пока еще в памяти сохранилась информация) студентам рекомендуется доработать свои конспекты, привести их в порядок, дополнить сведениями с учетом дополнительно изученного нормативного, справочного и научного материала. Крайне желательно на полях конспекта отмечать не только изученные точки зрения ученых по рассматриваемой проблеме, но и выражать согласие или несогласие самого студента с законспектированными положениями.

Лекционное занятие предназначено для изложения особенно важных, проблемных, актуальных в современной науке вопросов. Лекция, также как и семинарское, практическое занятие, требует от студентов определенной подготовки. Студент обязательно должен знать тему предстоящего лекционного занятия и обеспечить себе необходимый уровень активного участия: подобрать и ознакомиться, а при необходимости иметь с собой рекомендуемый преподавателем нормативный материал, повторить ранее пройденные темы по вопросам, которые будут затрагиваться в предстоящей лекции, вспомнить материал иных дисциплин.

Применение отдельных образовательных технологий требует специальной подготовки не только от преподавателя, но и участвующих в занятиях студентов. Так, при проведении лекции-дискуссии, которая предполагает разделение присутствующих студентов на группы, студент должен быть способен высказать свою позицию

относительно выдвинутых преподавателем точек зрения.

Методические указания для подготовки к занятиям семинарского типа (практическим занятиям)

Занятия семинарского типа (практические занятия) представляют собой одну из важных форм самостоятельной работы студентов над нормативными актами, научной и учебной литературой непосредственно в учебной аудитории под руководством преподавателя.

В зависимости от изучаемой темы и ее специфики преподаватель выбирает или сочетает следующие формы проведения занятий семинарского типа (практических занятий): обсуждение теоретических вопросов, подготовка рефератов, научные дискуссии, собеседования и т.п. Проверка усвоения отдельных (ключевых) тем может осуществляться посредством проведения коллоквиума.

Подготовка к занятию семинарского типа (практическому занятию) заключается в подробном изучении конспекта лекции, нормативных актов, учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать.

Активное участие в работе на занятиях семинарского типа (практических занятий) предполагает выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на занятии способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении на занятиях семинарского типа (практических занятиях) студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования нормативных актов или позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление товарища, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий.

В конце занятия после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не отраженные в конспекте.

Занятия семинарского типа (практические занятия) требуют предварительной теоретической подготовки по соответствующей теме: изучения учебной и дополнительной литературы, ознакомления с нормативным материалом. Рекомендуется при этом вначале изучить вопросы темы по учебной литературе. Если по теме прочитана лекция, то непременно надо использовать материал лекции, так как учебники часто устаревают уже в момент выхода в свет.

Применение отдельных образовательных технологий требуют предварительного ознакомления студентов с содержанием применяемых на занятиях приемов. Так, при занятиях семинарского типа студент должен представлять как его общую структуру, так и особенности отдельных методических приемов: дискуссии, контрольные работы, использование правовых документов и др.

Методические рекомендации по подготовке рефератов, сообщений

Первичные навыки научно-исследовательской работы должны приобретаться студентами при написании рефератов по специальной тематике.

Цель: научить студентов связывать теорию с практикой, пользоваться литературой, статистическими данными, привить умение популярно излагать сложные вопросы.

Рефераты составляются в соответствии с указанными темами. Выполнение рефератов предусмотрено на листах формата А 4. Они сдаются на проверку преподавателю в соответствии с указанным графиком.

Требования к работе. Реферативная работа должна выявить углубленные знания

студентов по той или иной теме дисциплины. В работе должно проявиться умение работать с литературой. Студент обязан изучить и использовать в своей работе не менее 2–3 книг и 1–2 периодических источника литературы.

Оформление реферата:

1. Реферат должен иметь следующую структуру: а) план; б) изложение основного содержания темы; в) список использованной литературы.

2. Общий объём – 5–7 с. основного текста.

3. Перед написанием должен быть составлен план работы, который обычно включает 2–3 вопроса. План не следует излишне детализировать, в нём перечисляются основные, центральные вопросы темы.

4. В процессе написания работы студент имеет право обратиться за консультацией к преподавателю кафедры.

5. В основной части работы большое внимание следует уделить глубокому теоретическому освещению основных вопросов темы, правильно увязать теоретические положения с практикой, конкретным фактическим и цифровым материалом.

6. В реферате обязательно отражается использованная литература, которая является завершающей частью работы.

7. Особое внимание следует уделить оформлению. На титульном листе необходимо указать название вуза, название кафедры, тему, группу, свою фамилию и инициалы, фамилию научного руководителя. На следующем листе приводится план работы.

8. При защите реферата выставляется дифференцированная оценка.

9. Реферат, не соответствующий требованиям, предъявляемым к данному виду работы, возвращается на доработку.

Качество реферата оценивается по тому, насколько полно раскрыто содержание темы, использованы первоисточники, логичное и последовательное изложение. Оценивается и правильность подбора основной и дополнительной литературы (ссылки по правилам: фамилии и инициалы авторов, название книги, место издания, издательство, год издания, страница).

Реферат должен отражать точку зрения автора на данную проблему.

Подготовка сообщения представляет собой разработку и представление небольшого по объёму устного сообщения для озвучивания на занятии семинарского типа. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несёт новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами. Возможно письменное оформление задания, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

Регламент времени на озвучивание сообщения – до 5 мин.

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

Методические рекомендации по 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.

– 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:

– 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.

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. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (Ауд. 205, 209, 302, 309, 401, 402)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Ауд. 202, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 404, 405, 406, 407, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ (Ауд. 301, 307, 308, 400, 406, 407, 410, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 301, 307, 310, 410, 412)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский

	<p>мебели: компьютерные столы</p> <p>Оборудование:</p> <p>компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	
--	--	--