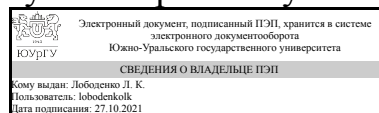


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт медиа и социально-
гуманитарных наук



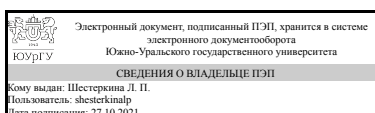
Л. К. Лободенко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

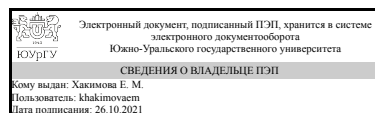
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

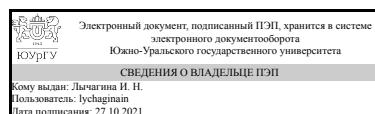
Разработчик программы,
д.филол.н., доц., профессор



Е. М. Хакимова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления
к.пед.н., доц.



И. Н. Лычагина

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - научить студентов составлять эффективные устные и письменные рекламные и PR-тексты. Задачи: 1) рассмотреть теоретическую базу по проблемам копирайтинга с учетом жанровых разновидностей и каналов распространения рекламных и PR-текстов; 2) ознакомить студентов с принципами, условиями и приемами удачного нейминга; 3) изучить основные приемы создания слоганов; 4) дать представление об актуальных композиционных схемах рекламных и PR-текстов; 5) изучить кейсы, отражающие опыт отечественных и зарубежных копирайтеров.

Краткое содержание дисциплины

Курс "Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью" изучается в течение одного семестра, форма контроля - экзамен.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| ПК-3 ПКО-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | Знает: Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций. Умеет: Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов. Имеет практический опыт: Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде. |
| ПК-6 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа. | Знает: Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи. Умеет: Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений. Имеет практический опыт: Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности. |

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|---|---|
| Нет | 1.Ф.09 Современная пресс-служба |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 20,5 ч. контактной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах | |
|--|-------------|------------------------------------|--|
| | | Номер семестра | |
| | | 6 | |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 108 | 108 | |
| <i>Аудиторные занятия:</i> | 12 | 12 | |
| Лекции (Л) | 4 | 4 | |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 8 | 8 | |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | 0 | |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i> | 87,5 | 87,5 | |
| с применением дистанционных образовательных технологий | 0 | | |
| Изучение материалов по теме "Средства усиления выразительности рекламных и PR-текстов" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях | 25 | 25 | |
| Изучение материалов по теме "Копирайтинг как вид профессиональной деятельности" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях | 25 | 25 | |
| Изучение материалов по теме "Продвигающие тексты: содержание и форма" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях | 37,5 | 37,5 | |
| Консультации и промежуточная аттестация | 8,5 | 8,5 | |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен) | - | экзамен | |

5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины | Объем аудиторных занятий по видам в часах | | | |
|-----------|--|---|---|----|----|
| | | Всего | Л | ПЗ | ЛР |
| 1 | Копирайтинг в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 2 | Характеристики текстов массовой коммуникации | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 3 | Русская лексика и грамматика в рекламе и PR-текстах | 2 | 0 | 2 | 0 |
| 4 | Нейминг в рекламной и PR-коммуникации | 2 | 0 | 2 | 0 |
| 5 | Продвигающие тексты: содержание | 2 | 0 | 2 | 0 |
| 6 | Продвигающие тексты: форма | 2 | 0 | 2 | 0 |
| 7 | Эсфемия и дисфемия в медиакоммуникациях | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 8 | Средства речевого воздействия в рекламных и PR-текстах | 1 | 1 | 0 | 0 |

5.1. Лекции

| № лекции | № раздела | Наименование или краткое содержание лекционного занятия | Кол-во часов |
|----------|-----------|---|--------------|
| 1 | 1 | Копирайтинг как вид профессиональной деятельности | 1 |
| 2 | 2 | Характеристики текстов массовой коммуникации | 1 |
| 3 | 7 | Эсфемия и дисфемия в медиакоммуникациях | 1 |
| 4 | 8 | Средства речевого воздействия в рекламных и PR-текстах | 1 |

5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---|--------------|
| 1 | 3 | Русская лексика и грамматика в рекламе и PR-текстах | 2 |
| 2 | 4 | Нейминг в рекламной и PR-коммуникации | 2 |
| 3 | 5 | Содержание рекламных и PR-текстов | 2 |
| 4 | 6 | Форма рекламных и PR-текстов | 2 |

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС | |
|--|--|
| Подвид СРС | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурсы |
| Изучение материалов по теме "Средства усиления выразительности рекламных и PR-текстов" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях | Курс "Риторика". - https://www.youtube.com/watch?v=TQgYNODcHXo&list=PLo9UMekjzF143N15PXNc4-1 |
| Изучение материалов по теме "Копирайтинг как вид профессиональной деятельности" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях | Школа копирайтинга Юлии Волкова. - https://www.youtube.com/watch?v=9lIxe3vZrGI&list=RDCMUCfv2gLoDaV68ta3UW1kj |
| Изучение | Максим Ильяхов. Писать хорошо. - |

| | |
|--|---|
| материалов по теме "Продвигающие тексты: содержание и форма" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях | https://www.youtube.com/watch?v=wSHlmz7WjtE&list=PLFc6c8XU7GL2KTRGLAWs4M |
|--|---|

6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-мestr | Вид контроля | Название контрольного мероприятия | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов | Учитывается в ПА |
|------|----------|------------------|--|-----|------------|--|------------------|
| 1 | 6 | Текущий контроль | Копирайтинг в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью | 1 | 10 | Баллы начисляются за выполнение заданий: 1) самопрезентацию "Автопортрет в цифрах"; 2) идентификацию и оценку качества рекламных и PR-текстов. Задание 1 – 5 баллов. Задание 2 – 5 баллов. | экзамен |
| 2 | 6 | Текущий контроль | Системные связи русской лексики в современных рекламных и PR-коммуникациях | 1 | 10 | Баллы начисляются за выполнение заданий по выявлению и использованию многозначности, омонимии, паронимии, синонимии, антонимии в рекламном и PR-дискурсе. Задание 1 – 1 балл. Задание 2 – 1 балл. Задание 3 – 1 балл. Задание 4 – 1 балл. Задание 5 – 2 балла. Задание 6 – 1 балл. Задание 7 – 3 балла. | экзамен |
| 3 | 6 | Текущий контроль | Нейминг в современных маркетинговых коммуникациях | 1 | 10 | Баллы начисляются за подготовку презентации: один пример с комментариями - 1 балл. | экзамен |
| 4 | 6 | Текущий контроль | Содержание продвигающих текстов | 1 | 10 | Баллы начисляются за выполнение заданий по изучению содержания и разработке продвигающих текстов. Задание 1 – 3 балла. Задание 2 – 3 балла. Задание 3 – 1 балл. | экзамен |

| | | | | | | | |
|---|---|--------------------------|---|---|----|---|---------|
| | | | | | | Задание 4 – 3 балла. | |
| 5 | 6 | Текущий контроль | Форма продвигающих текстов | 1 | 10 | Баллы начисляются за выполнение заданий по изучению структуры и редактированию продвигающих текстов. Задание 1 – 5 баллов. Задание 2 – 5 баллов. | экзамен |
| 6 | 6 | Текущий контроль | Средства усиления выразительности продвигающих текстов | 1 | 10 | Баллы начисляются за выполнение заданий по изучению и использованию средств усиления выразительности продвигающих текстов. Задание 1 – 5 баллов. Задание 2 – 5 баллов. | экзамен |
| 7 | 6 | Промежуточная аттестация | Ответ на теоретический вопрос и разработка кейса по проблематике курса. | 1 | 40 | Баллы начисляются за ответ на теоретический вопрос и разработка кейса по проблематике курса. Ответ на теоретический вопрос: максимум - 20 баллов. Отлично: 18–20 баллов – полный ответ, содержащий убедительную аргументацию, корректно подобранные примеры, правильные ответы на дополнительные вопросы преподавателя. Хорошо: 15–17 баллов – полный, логически выстроенный, аргументированный ответ, содержащий незначительные недочеты и ошибки в изложении материала или в приведенных примерах. Удовлетворительно: 12–14 баллов – несистематизированный ответ, содержащий ошибки, неправильные примеры. Неудовлетворительно: 0–11 баллов – незнание теоретического материала, неспособность привести примеры. Кейс: максимум - 20 баллов. Отлично: 18–20 баллов – работа полностью соответствует указанным требованиям, для решения задачи предложено не менее 5 инструментов в digital, решение креативно, реалистично и соответствует интересам целевой аудитории. Хорошо: 15–17 баллов – работа в целом соответствует указанным требованиям, для решения задачи предложено не менее 4 инструментов в digital, решение креативно, реалистично и соответствует интересам целевой аудитории. Удовлетворительно: 12–14 баллов – работа соответствует не всем | экзамен |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|--|
| | | | | | указанным требованиям, для решения задачи предложено не менее 3 инструментов в digital, решение соответствует интересам целевой аудитории. Неудовлетворительно: 0–11 баллов – работа не соответствует указанным требованиям, для решения задачи предложено менее 3 инструментов в digital, решение не соответствует интересам целевой аудитории либо задание не выполнено. | |
|--|--|--|--|--|---|--|

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения | Критерии оценивания |
|------------------------------|---|---|
| экзамен | Подготовка и ответ на теоретический вопрос (письменная форма); презентация результатов работы по кейсу. | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

6.3. Оценочные материалы

| Компетенции | Результаты обучения | № КМ | | | | | | |
|-------------|--|------|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ПК-3 | Знает: Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций. | + | + | + | + | + | + | + |
| ПК-3 | Умеет: Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов. | | | + | + | + | | + |
| ПК-3 | Имеет практический опыт: Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде. | | | | + | + | | + |
| ПК-6 | Знает: Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи. | + | + | + | + | + | + | + |
| ПК-6 | Умеет: Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений. | | | + | + | + | + | + |
| ПК-6 | Имеет практический опыт: Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности. | + | + | + | + | + | + | + |

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.

2. Музыкант, В. Л. Формирование бренда средствами PR и рекламы [Текст] учеб. пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг", 350700 "Реклама" В. Л. Музыкант. - 2-е изд., с изм. - М.: Экономистъ, 2006. - 606, [1] с.

3. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Журналистика" И. Б. Голуб. - 11-е изд. - М.: Айрис-пресс, 2010. - 441, [1] с.

4. Солганик, Г. Я. Стилистика современного русского языка и культура речи [Текст] учеб. пособие для студентов филол. фак. и фак. журналистики Г. Я. Солганик, Т. С. Дроняева. - 5-е изд., стер. - М.: Академия, 2008. - 251, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Фрумкин, Г. М. Сценарное мастерство : кино - телевидение - реклама [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 350700 "Реклама" Г. М. Фрумкин. - 2-е изд. - М.: Академический проект, 2007. - 222, [1] с.

2. Дроняева, Т. С. Стилистика современного русского языка : практикум [Текст] Т. С. Дроняева, Н. И. Клушина, И. В. Бирюкова ; под ред. Т. С. Дроняевой. - 7-е изд. - М.: Флинта : Наука, 2008. - 183 с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Реклама. Теория и практика ежекв. журн.: 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал. - М., 2006-2016

2. PR в России междунар. проф. журн. Изд. дом "Соврем. экономика" журнал. - М., 2005-2014

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Ваганова Е.В. Стилистика русского языка / Е. В. Ваганова. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ , 2015. - 48 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание |
|---|---------------------|--|--|
| 1 | Основная литература | Электронный каталог ЮУрГУ | Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью: методические указания к проведению практических занятий / составитель Д.С. Скарнев. – Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 49 с. – https://lib.susu.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000527276&dtype=F& |
| 2 | Основная литература | Электронная библиотека Юрайт | Купина Н. А., Матвеева Т. В. Стилистика современного русского языка для академического бакалавриата. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 200 с. — https://urait.ru/viewer/stilistika-sovremennogo-russkogo-yazyka-40494 |
| 3 | Основная литература | Электронная библиотека Юрайт | Стилистика и литературное редактирование в 2 т. Том 1 : учебник для академического бакалавриата / Л. Р. Дускаева [и др.] ; ответственный редактор Л. Р. Дускаева. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 325 с. — https://urait.ru/viewer/stilistika-i-literaturnoe-redaktirovanie-v-2-t-tom-1-392387#page/1 . |

| | | | |
|---|---------------------------|------------------------------|---|
| 4 | Дополнительная литература | Электронная библиотека Юрайт | Борисова Е. Г., Геймбух Е. Ю. Стилистика и литературное редактирование: учебник и практикум для вузов. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 208 с. — https://urait.ru/viewer/stilistika-i-literaturnoe-redaktirovanie-450498#page/1 . |
| 5 | Дополнительная литература | Электронная библиотека Юрайт | Голуб И. Б. Русский язык и практическая стилистика. Справочник / И. Б. Голуб. — 3-е изд. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 355 с. — https://urait.ru/viewer/russkiy-yazyk-i-prakticheskaya-stilistika-spravochnik-456491#page/1 . |
| 6 | Дополнительная литература | Электронная библиотека Юрайт | Ерофеева И. В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вузов. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 208 с. — https://urait.ru/viewer/psihologiya-mediateksta-448642#page/1 . |

Перечень используемого программного обеспечения:

Нет

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий | № ауд. | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
|---------------------------------|---------|--|
| Практические занятия и семинары | 410 (1) | Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: 1. Стол круглый – 6 шт. 2. Стол для преподавателя – 3 шт. 3. Стул ученический – 36 шт. 4. Кресло – 3 шт. 5. Доска – 1 шт. 6. Шкаф для сетевого оборудования – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт. |
| Лекции | 410 (1) | Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: 1. Стол круглый – 6 шт. 2. Стол для преподавателя – 3 шт. 3. Стул ученический – 36 шт. 4. Кресло – 3 шт. 5. Доска – 1 шт. 6. Шкаф для сетевого оборудования – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт. |