

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 03.10.2023 17:15:40  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.



Филологический факультет  
Тверской государственной  
университет  
2023 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

## Копирайтинг

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 2 курса очной формы обучения

Составитель: к.б.н., доцент Д.В. Ильяшенко



Тверь, 2023

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

Цель изучения дисциплины: показать специфические особенности текста рекламы и PR и научить создавать подобные тексты; дать общее представление о различных видах рекламного и PR текста, способах его создания и тестирования.

Задачи изучения дисциплины: формирование у студентов представления о рекламном и PR тексте; рассмотрение различных вариантов рекламных и PR текстов, особенностей их составления и использования; знакомство с методикой составления и тестирования печатных коммуникационных материалов; владение методикой составления и тестирования рекламных и PR текстов различных типов.

Первый раздел курса знакомит с основными структурными компонентами рекламного и PR текста. Второй раздел курса предполагает обучение составлению специализированных рекламных и PR текстов для различных сфер деятельности. Состав заданий направлен на отработку практических навыков анализа основных элементов рекламного обращения, имеющих большое значение для оценки уже существующего и вновь создаваемого коммуникационного продукта.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Учебная дисциплина «Копирайтинг» входит в состав обязательной части ООП 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью. Данная дисциплина призвана сформировать необходимый минимум знаний, умений и практических навыков разработки и написания коммерческого текста любых типов в ходе рекламной или PR-кампании, в соответствии с заданной стратегией. Содержательно она формирует у слушателя необходимый объем знаний для освоения следующих дисциплин вариативной части профессионального цикла: «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования», «Разработка и технологии производства коммуникационного продукта». Учебная дисциплина

базируется на знаниях, полученных в процессе изучения дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Искусство и литература», обеспечивающими компетентность обучающегося в соответствующих отраслях гуманитарного знания, с дисциплиной «Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью», знакомящей слушателя со структурно-функциональными особенностями стилей языка и речи в профессиональной среде. Особое значение для освоения дисциплины «Копирайтинг» играет высокая успеваемость по дисциплинам: «Теория и практика рекламы», «Введение в профессию», «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности», для формирования осведомленности о правовом поле страны, о необходимости соблюдения законодательных норм при разработке текстового рекламного продукта.

**Уровень начальной подготовки** обучающегося для успешного освоения дисциплины «Копирайтинг»:

*иметь представление* об исторически сложившихся формах литературы и искусства;

*иметь представление* об основных литературных стилях и направлениях;

*иметь представление* о маркетинговой деятельности организации;

*иметь базовые знания* в области психологии и социологии;

*знать* основные правила русского языка, уметь излагать свои мысли устно и письменно, обладать адекватной уровню высшего учебного заведения грамотностью;

*знать* действующие требования законодательства в отношении рекламного продукта;

*обладать* хорошими знаниями стилистики и культуры речи;

*уметь* аргументированно доказывать свое мнение.

### **3. Объем дисциплины:**

**Объем дисциплины:** 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе:

**контактная аудиторная работа:** лекции 17 часов, практические занятия 34 часа,

**контактная внеаудиторная работа:** контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

**самостоятельная работа:** 30 часов, в том числе контроль 27 часов.

#### **4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
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	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен,**  
3 семестр.

**6. Язык преподавания русский.**

**II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Самостоят. работа, в том числе Контроль (час.)		
		Лекции	Практич. занятия	Самост. работа
Введение	6	2	2	2
Копирайтинг: определение, цели, задачи, функции. Копирайтер: характеристика профессиональной деятельности.	10	2	4	4
Виды PR-текстов, их характеристика	14	2	6	6
Общая характеристика структурной организации вербальных сообщений в рекламе	15	3	6	6
Коммуникативные стратегии рекламных текстов	18	4	8	6
Рекламный аргумент в текстах рекламы	18	4	8	6
<b>Всего</b>	<b>81</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>30</b>
<b>Контроль СР</b>	<b>27</b>			<b>27</b>
<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>57</b>

**III. Образовательные технологии**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Вид занятия	Образовательные технологии
Введение	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Мозговой штурм
Копирайтинг: определение, цели, задачи, функции. Копирайтер: характеристика профессиональной деятельности.	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Фасилитированная дискуссия
Виды PR-текстов, их характеристика	Лекция, практическое занятие	Традиционная лекция Игровые технологии (деловая игра) Аквариумная дискуссия

Общая характеристика структурной организации вербальных сообщений в рекламе	Лекция, практическое занятие	Лекция-визуализация Панельная дискуссия
Коммуникативные стратегии рекламных текстов	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Занятия с применением затрудняющих условий
Рекламный аргумент в текстах рекламы	Лекция, практическое занятие	Проблемная лекция Фасилитированная дискуссия

#### IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

##### Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 1

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p><i>Устный ответ при фронтальном опросе</i></p> <p>Основной рекламный текст: принципы организации. Эхо-фраза как часть рекламного сообщения: назначение, основные элементы. Рекламное объявление: требования жанра, зона использования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 2 балла</li> <li>Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 1 балл Терминологический аппарат непосредственно не связан с раскрываемой темой – 0 баллов</li> </ul>
	<p>Кейс 6. Написание текста для разных целевых аудиторий Вариант 1.</p> <p>Напишите сценарий радиоролика для сети магазинов спортивной одежды. Рекламной акции нужно дать название и придумать слоган. Клиент</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>В представленных результатах грамотно описаны все основные идеи, корректно использован понятийный аппарат; обоснованы все практические положения, аргументирован</li> </ul>

	<p>просит предложить 2-3 варианта ролика на выбор, а также по возможности связать акцию с Олимпийскими играми.</p> <p>Ролик посвящен рекламной акции: при покупке спортивного костюма клиент получает в подарок спортивный аксессуар на свой выбор (из предложенного списка). Хронометраж: 30 секунд. Язык: русский. Обязательная информация: срок действия акции</p>	<p>собственный взгляд на проблему – 3 балла</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Не все результаты представлены в развернутом виде, недостаточно аргументирован собственный взгляд на проблему; допущены ошибки в терминах и в использовании базовых знаний – 2 балла</li> </ul> <p>В представленных результатах не предложен собственный взгляд на проблему; отсутствует решение поставленной практической задачи</p>
--	---	--

## Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 2

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
<p>ОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p>Кейс 2. Написание текстов-аннотаций на товары Интернет-магазину студии нужен редактор-копирайтер, который будет писать интересные и грамотные тексты про товары на русском и английском языках.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Написать пару фраз про стакан «Хопсайд даун». Перевести написанное на английский.</li> <li>2. Адаптировать аннотацию книги Вадима Панова «Атака по правилам» так, чтобы ее возможно было опубликовать на сайте.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В представленных результатах грамотно описаны все основные идеи, корректно использован понятийный аппарат; обоснованы все практические положения, аргументирован собственный взгляд на проблему – 3 балла</li> <li>• Не все результаты представлены в развернутом виде, недостаточно аргументирован собственный взгляд на проблему; допущены ошибки в терминах и в использовании базовых знаний – 2 балла</li> </ul>

	3. Вкратце описать стиль текстов сайта «Студии Артемия Лебедева».	В представленных результатах не предложен собственный взгляд на проблему; отсутствует решение поставленной практической задачи
	<i>Устный ответ при фронтальном опросе</i> Конструирование рекламно-информационных материалов. Учет особенностей целевых аудиторий при разработке PR-текстов. Учет особенностей целевых аудиторий при разработке рекламных текстов. Особенности рекламного текста в интернет.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 2 балла</li> <li>• Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 1 балл</li> </ul> Терминологический аппарат непосредственно не связан с раскрываемой темой – 0 баллов

### Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции 3

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	<i>Выполнение контрольной работы</i> Контрольная работа №1. (по темам 1-3) Вариант 1. 1. Подготовка PR-текста: выбор темы; цель; поиск материала; начало, развертывание. Виды подготовки. 2. Тема PR-текста и основные требования к ней Назначение PR-текста. Тема и тезис. 3. Классификации слоганов в современной рекламе. 4. Кейс: Создание слогана	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тема раскрыта с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения – 2 балла</li> <li>• Аргументация на теоретическом уровне неполная, смысл ряда ключевых понятий не объяснен – 1 балл</li> </ul> Терминологический аппарат непосредственно не связан с раскрываемой темой – 0 баллов
	Кейс 4. Написание биографий Напишите творческие биографии в свободной форме.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В представленных результатах грамотно описаны все основные</li> </ul>



	Размер: не меньше одной страницы, не больше трех.	<p>идеи, корректно использован понятийный аппарат; обоснованы все практические положения, аргументирован собственный взгляд на проблему – 3 балла</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Не все результаты представлены в развернутом виде, недостаточно аргументирован собственный взгляд на проблему; допущены ошибки в терминах и в использовании базовых знаний – 2 балла</li> </ul> <p>В представленных результатах не предложен собственный взгляд на проблему; отсутствует решение поставленной практической задачи</p>
--	---	--

### Оценочные материалы для проведения текущей аттестации:

#### Оценочные материалы для проверки сформированности компетенций

##### Компетенция 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

##### *Задания закрытого типа*

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	<p><b>К какому жанру относиться аналитическая статья?</b></p> <p>а) публицистический; б) репортаж; в) обзор</p>	а) публицистический	<p><b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>
2	<p><b>Ивент-копирайтинг это создание текстов, которые приурочены к какому-нибудь событию или торжеству:</b></p> <p>а) да; б) нет</p>	а) да	<p><b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>

3	<b>Копипаст — это дословное переписывание чужого текста без указания авторских прав.</b> а) да; б) нет	а) да	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).  <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
---	--	-------	--

***Задания открытого типа***

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание вопроса/задания</b>	<b>Правильный ответ (ключ)</b>	<b>Критерии оценивания заданий</b>
1	Как называется важная часть продвижения и поисковой оптимизации сайта, которая представляет собой создание текстов, релевантных поисковым запросам, относящимся к тематике сайта?	<b>SEO-копирайтинг</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.  <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).
2	Как называется специалист который занимается переписыванием текста другими словами?	<b>Рерайтер</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.  <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).
3	Как называется составление текстов официальных речей и публичных выступлений?	<b>Спичрайтинг</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться.  <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).

**Компетенция ОПК-2**

**Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах**

***Задания закрытого типа***

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание вопроса/задания</b>	<b>Правильный ответ (ключ)</b>	<b>Критерии оценивания заданий</b>
1	<b>«Вода» в тексте - это информация, не несущую ценности, включающая слова и выражения, не относящиеся к теме статьи.</b> а) да; б) нет	а) да	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).  <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).

2	<p><b>Уникальный контент это...</b></p> <p>а) информация, которая уже есть в сети и для размещения на других ресурсах не годится;</p> <p>б) новая информация, которую ранее не выкладывали в сеть;</p> <p>в) новая подача уже известной информации</p>	<p><b>б) новая информация, которую ранее не выкладывали в сеть</b></p>	<p><b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>
---	--	--	---

*Задания открытого типа*

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	<p>Что является условной единицей измерения символов, написанных в статье – 1000 символов? При этом считаются не только буквы, но и знаки препинания.</p>	<p><b>килознак</b></p>	<p><b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответам (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>
2	<p>Назовите слова или словосочетания, которые копирайтер вписывает в свою статью в начало или середину текста (редко в конце). Они означают запросы пользователей в Интернете, которые они вводят в поисковые системы.</p>	<p><b>ключевые слова (ключи)</b></p>	<p><b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответам (ключам). Формулировка ответа может отличаться.</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).</p>

**Компетенция ОПК-7**

**Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности**

*Задания закрытого типа*

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	<p><b>К какому типу контента относится статья о медицинских проблемах города:</b></p> <p>а) пользовательский;</p> <p>б) тематический;</p> <p>в) авторский</p>	<p><b>б) тематический</b></p>	<p><b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами).</p> <p><b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).</p>

2	«Тошнота» («тошнотность») - это _____ а) физиологическое явление; б) реакция читателя на статью; в) насыщенность текста статьи ключевыми и повторяющимися словами	в) насыщенность текста статьи ключевыми и повторяющимися словами	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).
3	<b>Лид-абзац это...</b> а) финальный абзац в статье; б) абзац, содержащий важную информацию; в) первый абзац в статье	в) первый абзац в статье	<b>Выполнено</b> – ответы совпадают с правильными ответами (ключами). <b>Не выполнено</b> – ответы не совпадают с правильными ответами (ключами).

### *Задания открытого типа*

№ п/п	Содержание вопроса/задания	Правильный ответ (ключ)	Критерии оценивания заданий
1	Как называются примеры работ копирайтера, которые опубликованы на других сайтах, что помогает заказчику оценивать мастерство данного специалиста?	<b>портфолио</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться. <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).
2	Назовите слова, которые мешают читать текст: в том числе союзы, вводные конструкции, предлоги, местоимения, междометия. Из-за этого поисковики могут исключить из результатов выдачи статью, заметку и т.п.	<b>стоп - слова</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться. <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).
3	Как называются устойчивые фразы (штампы), которые массово используются в неизменной форме?	<b>клише</b>	<b>Выполнено</b> – ответы содержательно соответствуют правильным ответами (ключам). Формулировка ответа может отличаться. <b>Не выполнено</b> – ответы содержательно не соответствуют правильным ответами (ключам).

## **Планы практических (семинарских) занятий**

Тема 1. Копирайтинг: определение, цели, задачи, функции. Копирайтер: характеристика профессиональной деятельности.

Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Место и роль копирайтинга в рекламе и СО.
2. Копирайтер: требования к профессиональным и личностным качествам, его статус и круг решаемых задач.
3. Копирайтинг как специализация рекламной и PR-деятельности.
4. Составные части профессиональной деятельности: работа с информацией, подготовка и написание текстов.

## Тема 2. Виды PR-текстов, их характеристика.

### Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Первичные PR – тексты. Особенности первичных PR – текстов: оперативно-новостных жанров (пресс-релиз, приглашение), исследовательско-новостных жанров (бэкграундер, вопросно-ответный лист), фактологических жанров (факт–лист, биография), исследовательских жанров (заявление), образно-новостных жанров (байлайнер, поздравление, письмо).
2. Комбинированные PR-тексты. Особенности комбинированных текстов: пресс-китов, буклетов, проспектов, брошюр, ньюслеттеров, листовок.

## Тема 3. Общая характеристика структурной организации вербальных сообщений в рекламе

### Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Основные части вербальных структур рекламы. Слоган: общая характеристика.
2. Рекламный заголовок: общее представление, виды. Содержательная характеристика рекламных заголовков, специфика использования различных моделей в зависимости от рекламной стратегии.
3. Основной рекламный текст (ОРТ) как часть рекламных текстов. Модели конструирования ОРТ: модель перевёрнутой пирамиды, модель драматизированного ОРТ, модель нарративного ОРТ, модель аналогизированного ОРТ, инструктивная модель ОРТ, перечислительная модель ОРТ, диалоговая модель ОРТ. Технология построения развернутых

рекламных текстов: разбивка на параграфы, введение подзаголовков, иконичное сопровождение длинных вербальных ОРТ.

4. Эхо-фраза: назначение, формы присутствия в рекламе. Наиболее распространенные приемы составления эхо-фразы: использование слогана, использование бренда, использование отдельного предложения, повторение главной мысли.

#### Тема 4. Коммуникативные стратегии рекламных текстов.

##### Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Значение текста в рекламе.
2. Рекламные коммуникационные стратегии, их типы.
3. Приемы лингвостилистического оформления в рекламных текстах.

Рекламные техники коммуникационных стратегий: вопрос, утверждение, супер-утверждение, отрицание, парадокс, вариант решения проблемы, показания, анекдот, интрига, использование бренда, демонстрация, инструкция, приказ и др.

4. Синдицирование и тексты в рекламе. Особенности копирайтинга в интернете.

#### Тема 5. Рекламный аргумент в текстах рекламы

##### Вопросы для самостоятельной подготовки

1. Доказательные схемы рекламного тезиса.
2. Система рекламной аргументации. Виды рекламных аргументов и специфика их использования в текстовых формах бытования.
3. Эмоциональные и рациональные аргументы: их соотношение.
4. Понятие контраргументации в рекламе. Техника введения в текст контраргументов.

Текущая аттестация студентов направления подготовки бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» проводится в конце каждого модуля в форме оценки качества выполняемых в ходе практических

занятий заданий и выполнения контрольных заданий, и оценивается по следующим принципам:

- максимальное количество баллов за выполненное практическое задание – 3 балла

- максимальное количество баллов за выполненное контрольное задание – 10 баллов

Максимальное количество баллов за модуль – 30 баллов

Количество модулей в семестр – 2.

### **Материалы контрольных заданий**

Контрольная работа №1. (по темам 1-3)

Вариант 1.

1. Подготовка PR-текста: выбор темы; цель; поиск материала; начало, развертывание. Виды подготовки.
2. Тема PR-текста и основные требования к ней Назначение PR-текста. Тема и тезис.
3. Классификации слоганов в современной рекламе.
4. Кейс: Создание слогана

Вариант 2.

1. Структурные особенности PR-текста. Построение разных видов PR-текста.
2. Категории PR-текста публичных речей с точки зрения содержания. Категории PR-текста в соответствии с целевой установкой.
3. Рекламный заголовок: его значение, функции.
4. Кейс: создание рекламного заголовка

Контрольная работа №2. (по темам 4-5)

Вариант 1.

1. Общая характеристика коммуникационных стратегий.
2. Перечислите основные модели рекламного текста.
3. Охарактеризуйте основные стилистические фигуры копирайтинга.

4. Кейс: Разработайте и обоснуйте авторскую модель рекламного сообщения в формате ОРТ (основной рекламный текст). Маркетинговую задачу выберите сами.

#### Вариант 2.

1. Дайте сравнительную характеристику рекламным и PR-текстам. Сформулируйте суть отличий.
2. Перечислите основные требования к составлению рекламного объявления.
3. Классификация аргументов в копирайтинге.
4. Кейс: Разработайте три ситуационных модели рекламного текста на одно товарное предложение.

#### Практические задания

Кейс 1. Написание рецензий для интернет-магазина книг

1. Дайте ваше личное определение терминам в одном предложении: а. Маркетинг: б. Психология: в. Комьюнити: г. Промоушен: д. Контент: е. Развитие: ж. Ивент
2. Перечислите три последние прочитанные вами книги, которые произвели на вас впечатление. К каждой напишите характеристику одной строкой.
3. Выберите любую одну из свежих книг издательства МИФ и напишите к ней рецензию.
4. Представьте, что у нас в продаже появилась новая книга Дэна Задра «Где вы будете через пять лет?» издательства МИФ. Как вы будете представлять эту книгу читателям? Кому порекомендуете ее купить и прочесть, в первую очередь?

Кейс 2. Написание текстов-аннотаций на товары

Интернет-магазину студии нужен редактор-копирайтер, который будет писать интересные и грамотные тексты про товары на русском и английском языках.



1. Написать пару фраз про стакан «Хопсайд даун». Перевести написанное на английский.
2. Адаптировать аннотацию книги Вадима Панова «Атака по правилам» так, чтобы ее возможно было опубликовать на сайте.
3. Вкратце описать стиль текстов сайта «Студии Артемия Лебедева».

### Кейс 3. Написание текстов-аннотаций

В студию требуется копирайтер, который будет придумывать названия для компаний и продуктов, писать тексты, сочинять слоганы и разную рекламу. Чтобы получить приглашение на собеседование, нужно выполнить тестовое задание: придумать рекламный макет для любого из товаров студии в двух стилях по Вашему выбору.

### Кейс 4. Написание биографий

Напишите творческие биографии в свободной форме.

Размер: не меньше одной страницы, не больше трех.

#### Вариант А. Знаменитость.

Презентуйте нам современного широко известного человека (актер, певец, писатель, политик и т.д.), который Вам наиболее интересен. Чем именно он Вам интересен? О знаменитостях всегда говорят очень много — мы хотим знать, какие факты именно Вы считаете важными для того, чтобы создать портрет выбранной Вами личности, как вы эти факты изложите, как расставите акценты.

#### Вариант Б. Историческая личность и/ или событие.

Надо выбрать то, что производит сильное впечатление лично на Вас. Событие, которое, на Ваш взгляд, повлияло на ход мировой истории, или на историю отдельной страны или народа. Личность, без которой это событие бы не состоялась. Или личность, которая бы не состоялась без события. Мы хотим, чтобы в этом задании Вы сумели создать живую объемную картинку, и одновременно успели порассуждать, показать ход своей мысли.

### Вариант В. Детективный сюжет.

Надо открыть любые криминальные новости (газета, Интернет и т.д.), выбрать сюжет. Подумать, кто бы мог стать главным героем в документальном фильме о расследовании этого дела — Подозреваемый? Виновный? Жертва? Свидетель? Следователь? Додумать недостающие детали. Преподнести историю как уже законченный сюжет через главного героя. Внимание: к заданию должен быть приложен первоисточник — мы хотим видеть, от чего Вы отталкивались.

### Вариант Г. Продукт.

Выберите любой продукт, который люди часто покупают и которым много пользуются — от стула до колбасы, от зубной пасты до подушки. Расскажите об этом продукте так, чтобы рассказ получился увлекательным и познавательным одновременно.

### Вариант Д. Чувство, эмоция.

Любое чувство на выбор — попробуйте описать его так, как будто ваш читатель не знает, что это такое. Как оно возникает? С чем связано? На что оно может повлиять? А что может повлиять на него? К чему оно может привести? И т.д.

Не подходите к заданиям формально — простое перечисление известных фактов нам неинтересно. Мы хотим услышать именно Ваш голос, понять, как Вы способны подать материал, выстроить текст. Ищите парадоксы, конфликты, неоднозначность. На этом этапе мы не просим Вас проводить исследования — нас интересует Ваш реальный багаж знаний, Ваша эрудиция и круг интересов. Если какие-то задания Вам наиболее интересны, Вы можете это указать в виде комментария к заданию. Мы хотим услышать именно Ваш голос, понять, как Вы способны подать материал, выстроить текст. Ищите парадоксы, конфликты, неоднозначность. На этом этапе мы не просим Вас проводить исследования — нас интересует Ваш реальный багаж знаний, Ваша эрудиция и круг интересов.

## Кейс 6. Написание текста для разных целевых аудиторий

### Вариант 1.

Напишите сценарий радиоролика для сети магазинов спортивной одежды. Рекламной акции нужно дать название и придумать слоган. Клиент просит предложить 2-3 варианта ролика на выбор, а также по возможности связать акцию с Олимпийскими играми.

Ролик посвящен рекламной акции: при покупке спортивного костюма клиент получает в подарок спортивный аксессуар на свой выбор (из предложенного списка).

Хронометраж: 30 секунд.

Язык: русский.

Обязательная информация: срок действия акции.

### Вариант 2.

Адаптируйте на русский язык слоган iPhone 7 - This is 7.

Предложите 3 варианта, а также кратко опишите преимущества и недостатки каждого из них.

### Вариант 3.

Придумайте названия блюд, а также их краткое художественное описание для меню ресторана итальянской кухни «Ла Страда».

Вот перечень блюд:

- салат (микс салатов, груша, моцарелла, кедровые орехи, лайм, пшеничные гренки, оливковое масло);
- основное блюдо (запеченный сибас, апельсин, базилик, розмарин, орегано, сливочный соус);
- десерт (панакота, черная и красная смородина, миндаль).

### Вариант 4.

Предложите идеи рекламного макета в женский журнал для сети мастерских по ремонту обуви «Эль Такон».

Позиционирование сети: высококачественный ремонт обуви класса люкс.

От вас требуется продумать визуальную и текстовую часть (изображение + слоган + описательный текст).

Придумайте названия клиентских карт для книжного магазина. Предусмотрено три вида карт — со скидкой 3%, 5% и 7% соответственно.

Вариант 5.

Выберите любой цвет и подберите к нему 50 эквивалентов.

### **Темы для самостоятельной работы**

1. Медиа-тексты в PR.
2. Коммуникативные, социальные и психологические аспекты PR-текста.
3. Речевой этикет и культура речи в PR-тексте.
4. Концептуальные основы PR-текста.
5. Коммуникативные неудачи в PR-тексте, их причины и пути преодоления.
6. Этнонациональная специфика PR-текста.
7. Дайте характеристику нарративной стратегии в рекламе.
8. Назовите основные принципы seo-копирайтинга.
9. Категория внимания как объект копирайтинга.
10. Аргументация в рекламе: виды аргументов, пути их введения в рекламный текст.
11. «Взламывающий» стиль рекламного текста.
12. Латентное рекламирование средствами печатной рекламы.
13. Шоковые стратегии в рекламном тексте.
14. Маркетинговая ценность слогана.
15. SEO-копирайтинг.

### **V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

*1) Рекомендуемая литература*

Основная литература:

1. *Трищенко, Д. А.* Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>
2. Молдавская, О. Е. Основы копирайтинга и рерайтинга : учебно-методическое пособие / О. Е. Молдавская. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2021. — 73 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129511.html>
3. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 132 с. — ISBN 978-5-394-04258-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110986.html>

Дополнительная литература:

1. Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75579.html>
2. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.]. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-9729-0210-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78250.html>
3. Судоргина, З. Копирайтинг : тексты, которые продаются / З. Судоргина. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. — 282 с. — ISBN 978-5-222-21909-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/58953.html>

## 2) Программное обеспечение

### а) Лицензионное программное обеспечение

KasperskyEndpointSecurity 10 для Windows – Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г.

MicrosoftOffice профессиональный плюс 2013 - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

MicrosoftWindows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017

б) Свободно распространяемое программное обеспечение

Adobe Acrobat Reader DC – бесплатно

GIMP 2.6.12-2 – бесплатно

GlassFish Server Open Source Edition 4.1.1 – бесплатно

Google Chrome – бесплатно

NetBeans IDE – бесплатно

SmartGit – бесплатно

WinDjView 2.0.2 - бесплатно

3) *Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы*

1. ЭБС «ZNANIUM.COM» - [www.znanium.com](http://www.znanium.com)

2. ЭБС «ЮРАИТ» - [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>

4. ЭБС IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/>

5. ЭБС «Лань» - <http://e.lanbook.com>

6. ЭБС BOOK.ru - <https://www.book.ru/>

7. ЭБС ТвГУ - <http://megapro.tversu.ru/megapro/Web>

8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp?](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?)

9. Репозиторий ТвГУ - <http://eprints.tversu.ru>

10. Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://diss.rsl.ru/>

11. Журналы издательства Taylor&Francis - <http://tandfonline.com/>

12. Патентная база компании QUESTEL- ORBIT - <https://www.orbit.com/>

13. INSPEC EBSCO Publishing - <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/basic?sid=e7fb50ae1091-42b7-9d26-43e3a1eb4f4d%40sessionmgr102&vid=0&hid=107>

14. БД Scopus - <https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>

15. БД Web of Science -  
[http://apps.webofknowledge.com/WOS\\_GeneralSearch\\_input.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgnjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=](http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgnjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=)
16. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда -  
<http://lib.myilibrary.com/Browse.aspx>
17. Архивы журналов издательства Oxford University Press -  
<http://archive.neicon.ru/xmlui/>
18. Архивы журналов издательства Sage Publication - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
19. Архивы журналов издательства Annual Reviews - <http://archive.neicon.ru/xmlui/>
20. Polpred.com Обзор СМИ - <http://www.polpred.com/>
21. СПС Консультант Плюс - (в сети ТвГУ)
22. ИПС «Законодательство России» - <http://pravo.fso.gov.ru/ips.html>
23. Сводные каталоги фондов российских библиотек АРБИКОН, МАРС -  
<http://arbicon.ru/>
24. Сводные каталоги фондов российских библиотек КОРБИС -  
<http://corbis.tverlib.ru/catalog/>.

*4) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины*

**<http://znanium.com/bookread.php?book=326841>** - Модели анализа рекламного текста: Учебное пособие / Н.В. Аниськина, Т.Б. Колышкина. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013.

**<http://znanium.com/bookread.php?book=410067>** - Иссерс О.С. Речевое воздействие [Электронный ресурс] - М.: Флинта: Наука, 2009.

**<http://www.pivo-nina.spb.ru/recevye-i-pismennye-kommunikacii>** - Пивонова Н.Е. Речевые и письменные коммуникации: Учебно-методическое пособие. СПб.: Знание; ИВЭСЭП, 2005.

## **VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины**

## Вопросы для подготовки к экзамену

1. Виды PR-тестов: общая характеристика.
2. Первичные PR-тексты.
3. Комбинированные PR-тексты.
4. Медиа-тексты в PR.
5. Контекст и подтекст в PR-тексте.
6. Коммуникативные, социальные и психологические аспекты PR-текста.
7. Речевой этикет и культура речи в PR-тексте.
8. Стратегии и тактики аргументации в PR-тексте
9. Концептуальные основы PR-текста.
10. Коммуникативные неудачи в PR-тексте, их причины и пути преодоления.
11. Этнонациональная специфика PR-текста.
12. Назовите основные отличия PR-текста от рекламного.
13. Охарактеризуйте основные модели рекламных текстов.
14. Перечислите основные речевые стратегии в копирайтинге.
15. Дайте характеристику нарративной стратегии в рекламе.
16. Назовите основные принципы seo-копирайтинга.
17. Слоган как структурная часть рекламного сообщения: основные функции; требования, предъявляемые к слогану.
18. Рекламный заголовок: функции; требования, предъявляемые к рекламному заголовку.
19. Основной рекламный текст: принципы организации.
20. Эхо-фраза как часть рекламного сообщения: назначение, основные элементы.
21. Рекламное объявление: требования жанра, зона использования.
22. Развернутый рекламный текст: принципы организации, основные рекламные стратегии.
23. Драматизированная форма рекламы: основные композиционные особенности.
24. Категория внимания как объект копирайтинга.



25. Аргументация в рекламе: виды аргументов, пути их введения в рекламный текст.
26. Понятие «контраргумент». Техника внедрения контраргументации.
27. «Взламывающий» стиль рекламного текста.
28. Латентное рекламирование средствами печатной рекламы.
29. Функциональное различие между слоганом и рекламным заголовком.
30. Основные позиции классификации слоганов.
31. Сформулируйте различие между апелляцией и аргументацией в рекламе.
32. Правила использования отрицательных предложений в рекламе.
33. Антитеза в рекламном тексте: характеристика, примеры.
34. Эхо-фраза как часть рекламного текста: назначение, основные элементы.
35. Речевые стратегии в копирайтинге.
36. Структурирование рекламного текста.
37. Шоковые стратегии в рекламном тексте.
38. Неологизмы в рекламе.
39. Креативный бриф: понятие, структура, значение.
40. Стереотипы массового сознания и их учет в рекламном обращении.
41. Профессиональные задачи копирайтеров.
42. Конструирование рекламно-информационных материалов.
43. Учет особенностей целевых аудиторий при разработке PR-текстов.
44. Учет особенностей целевых аудиторий при разработке рекламных текстов.
45. Особенности рекламного текста в интернет.
46. Маркетинговая ценность слогана.
47. Понятие эффективности рекламного текста.
48. Носители печатной рекламы: общая характеристика, особенности использования.
49. Словесная визуализация рекламного образа.
50. SEO-копирайтинг.

## Принципы и критерии оценки

Преподаватель оценивает не только усвоение материала лекций, но и работу студентов на лекциях и семинарских занятиях. Учитывается:

- Активность студента – его участие в обсуждении и разборе примеров, готовность задавать вопросы по теме курса и искать ответы на них самостоятельно или вместе с преподавателем.
- Успешность действий студента при освоении им (при работе в аудитории) базовых знаний и навыков, необходимых для получения системного представления о профессии.
- Успешность действий студента при освоении им практики составления поисковых запросов для различных систем

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студентов:

- Активность в выполнении домашнего задания (использование возможности двух консультаций с преподавателем, предоставление промежуточных результатов работы на ознакомление). Общее количество выполненных домашних заданий.
- Правильность выполнения домашнего задания.

Домашнее задание включает в себя самостоятельную проработку темы. По итогам проводится контрольная работа, устный или письменный опрос. Дополнительные задания и его конкретные характеристики задаются преподавателем (подготовка эссе, практические работы).

Для выполнения заданий студенту оказываются индивидуальные консультации.

Все задания выполняются студентами последовательно (по мере прохождения обучения) и также последовательно проверяются и разбираются преподавателем на семинарах или в индивидуальном порядке.

В процессе выполнения работ студент должен продемонстрировать:

- усвоение предложенных на лекциях и семинарах знаний;
- умение использовать новые знания на практике.

Все задания, используемые для контроля компетенций условно можно разделить на две группы:

- 1) Задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения (практические работы, подготовка эссе, семинарские занятия)
- 2) Задания, которые дополняют теоретические вопросы дисциплины (практические задания).

Выполнение заданий первого типа является необходимым для формирования и контроля ряда умений и навыков. Отметка за задания второго типа необходима для сдачи экзамена.

Контроль за работой студентов делится на:

- текущий (в ходе лекций и семинарских занятий),
- рейтинговый (модульный)
- промежуточный.

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) студентов. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания студента используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практической занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы. Основными формами текущего контроля успеваемости являются наблюдение, проверка письменных и практических заданий с использованием балльных оценок.

На занятиях преподаватель оценивает и комментирует качество выполненных студентами домашних заданий, а также учебную работу студентов непосредственно в ходе занятий. Учитываются уровень

подготовленности студента к занятию, качество выполнения домашних заданий, степень его активности в ходе занятия.

Рейтинговый контроль подразумевает суммирование баллов, набранных каждым студентом в процессе изучения модуля.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе).

ФОС для итоговой аттестации обучающихся по дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяет определить качество усвоения изученного материала.

### **Методические указания по подготовке к практическим (семинарским) занятиям**

**Семинарское занятие** по дисциплине – важная форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать

знание категорий, положений и инструментов правового обеспечения социальной работы. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Семинарские и практические занятия, проводимые по основным темам дисциплины в форме свободного обсуждения, имеют целью обобщение и систематизацию знаний, полученных обучающимися в ходе подготовки к занятиям, а также развитие у них самостоятельного мышления, способностей к свободному обмену мнениями, умения найти правильный подход к решению практических задач.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

**При самостоятельной работе по дисциплине рекомендуется:**

- основное внимание уделять усвоению определений базовых понятий и категорий, а также содержания основных проблем;
- не ограничиваться использованием только лекций или учебника и использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка;
- не просто заучивать и запоминать информацию, но понимать ее – понимание существенно экономит время и усилия, и позволяет продуктивно использовать полученные знания;
- использовать профессиональную терминологию в устных ответах, докладах, рефератах и письменных работах – это развивает необходимый навык обращения с понятиями и категориями, способствует их усвоению и

позволяет продемонстрировать глубину знаний;

- аргументировано излагать свою точку зрения – корректно и убедительно;
- при подготовке к семинарским занятиям, в устных ответах, докладах и письменных работах выделять необходимую и достаточную информацию;
- изложить подробно и объемно не означает изложить по существу;
- соотносить полученные знания с имеющимися знаниями из других областей науки, в первую очередь, из областей, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется:

- ознакомиться с планом темы и перечнем контрольных вопросов к ней – это позволит получить общее представление о рассматриваемых проблемах;
- ознакомиться с учебными материалами по теме (конспекты лекций, учебник, учебно-методические пособия) и определить степень его достаточности;
- выбрать наиболее интересный вопрос (вопросы), по которым предполагается развернутый ответ или активное участие в обсуждении (в норме подробно готовится именно вопрос, показавшийся наиболее интересным, но общее представление о теме и знание базовых положений и определений необходимо и обязательно);
- ознакомиться с доступной (имеющейся в библиотеке или на электронных ресурсах) дополнительной литературой, в случае необходимости или по желанию использовать самостоятельно выбранные источники;
- четко сформулировать основные моменты предполагаемого устного ответа – ответ должен быть связным, целостным и законченным сообщением по конкретному вопросу, а не набором реплик по поводу;
- не ограничиваться заявленными вопросами по теме и попытаться предположить, какие вопросы могут возникнуть по ходу обсуждения темы,
- или сформулировать свои вопросы для обсуждения;
- регулярно готовиться к семинарам, даже если не планируется активное участие в них – регулярная подготовка способствует постепенному и

поэтому качественному усвоению курса и существенно облегчает последующую подготовку к экзамену.

**Практическая работа** начинается с краткого вступительного слова и контрольных вопросов. Во вступительном слове преподаватель объявляет тему, цель и порядок проведения занятия. В одном случае все обучающиеся решают задачи самостоятельно, а преподаватель контролирует их работу.

В тех случаях, когда у большинства студентов работа выполняется с трудом, преподаватель может прервать их и дать необходимые пояснения (частично-поисковый метод). В других случаях задачу решает и комментирует свое решение студент под контролем преподавателя.

Основная задача преподавателя на каждом практическом занятии, наряду с обучением своему предмету (дисциплине), – научить будущего специалиста думать. Особое место среди практических занятий отводится так называемым групповым занятиям.

Для успешного достижения учебных целей подобных занятий при их организации должны выполняться следующие основные требования:

- соответствие действий обучающихся ранее изученным на лекционных и практических занятиях методикам и методам;
- поэтапное формирование умений и навыков, т.е. движение от знаний к умениям и навыкам, от простого к сложному и т.д.;
- выработка индивидуальных и коллективных умений и навыков.

Выполнение практических занятий по дисциплине требует деления учебной группы на подгруппы. В каждой подгруппе назначается старший из числа наиболее подготовленных студентов. В процессе занятия руководитель показывает методы, способы и приемы выполнения действий, объясняет их последовательность, взаимосвязь, предостерегает от характерных ошибок. В процессе занятия преподаватель накапливает материал для подведения итогов, которые желательно подводить сначала по подгруппам: указываются конкретные успехи и недостатки в работе обучающихся, – а затем со всей учебной группой. На последнем этапе отмечаются общие недостатки в работе

и достигнутые успехи, пути дальнейшего совершенствования умений и навыков в период самостоятельной работы.

К практическому занятию от студента требуется предварительная подготовка, которую он должен провести перед занятием.

### **Рекомендации по оцениванию устных ответов студентов**

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала); – логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

### **Методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям**



Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки.

Последующая работа над текстом лекции воскрешает в памяти ее содержание, позволяет развивать мышление. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой.

Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Полный список литературы по дисциплине приведен в рабочей программе дисциплины.

### **Методические рекомендации по подготовке к контрольной работе**

Контрольная работа выполняется студентами на основе самостоятельного подготовки по лекциям и изучения рекомендованной литературы, с целью систематизации, закрепления и расширения теоретических знаний, развития творческих способностей студентов, овладения навыками самостоятельной работы с научной, научно- методической, нормативно-правовой литературой, формирования умений анализировать и отвечать на вопросы, делать выводы на основе проведенного анализа.

Работы приобщают также студентов к научно-исследовательской деятельности, играют важную роль в их профессиональной подготовке. Важнейшими требованиями к контрольной работе как к исследованию определенной проблемы являются: применение общих и специальных методов научного исследования; умение работать с литературой, проявляя при этом творческий подход к изучаемому материалу; достаточно высокий теоретический уровень; способность самостоятельно, последовательно, аргументировано излагать изученный материал.

Целью выполнения контрольной работы является проверка и оценка получения студентами теоретических знаний по предложенной тематике.

Контрольные работы, выполняются студентами в аудитории, под наблюдением преподавателя. Как правило, тема контрольной работы известна и проводится она по сравнительно недавно изученному материалу. Преподаватель готовит задания либо по вариантам, либо индивидуально для каждого студента – на карточках. В любом случае работе предшествует инструктаж преподавателя.

### **Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов**

Самостоятельная работа делится на аудиторную (под непосредственным контролем преподавателя) и внеаудиторную. **Основными формами внеаудиторной самостоятельной работы («домашней работы»)** являются: теоретическая подготовка к практическим занятиям (на основе рекомендованной литературы и информационных ресурсов сети Интернет); изучение законодательных норм, выполнение заданий для самостоятельной подготовки, включённых в содержание практических занятий; создание тезауруса курса; подготовка аналитических справок по темам семинаров; подготовка аннотированного обзора литературы по заданной теме.

**Аудиторная самостоятельная работа** включает в себя: выполнение тестовых заданий для проверки качества усвоения знаний и последующую самостоятельную работу над указанными преподавателем ошибками в них; участие в работе семинара; самоконтроль и взаимоконтроль выполняемых индивидуальных заданий (оценивание докладов студентов на семинарских занятиях самими студентами).

**Использование консультаций при самостоятельной работе.** Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала, возникли проблемы, разрешить которые самостоятельно не удаётся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений

или указаний. При этом следует формулировать вопросы максимально конкретно.

Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения дисциплины, а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

### **Требования к рейтинг-контролю**

Дисциплина имеет одну точку промежуточного контроля – экзамен (3 семестр). Максимальное количество баллов по дисциплине, заканчивающейся экзаменом, которое может получить студент за весь период изучения дисциплины - 60 баллов.

Если студент за весь период изучения дисциплины набирает 40-54 баллов, то получает оценку «удовлетворительно»;

Если студент набирает 55-60 баллов, при подведении итогов семестра в графе экзаменационной ведомости «Премияльные баллы» может быть добавлено 15 баллов и выставлена экзаменационная оценка «хорошо».

Студент, набравший до 39 баллов включительно, сдает экзамен.

Ответ студента на экзамене оценивается суммой до 40 рейтинговых баллов. Итоговая оценка складывается из суммы баллов, полученных за семестр и суммы баллов, полученных на экзамене. Студенту, который сдает экзамен, премияльные баллы не начисляются.

В университете действует следующая шкала перерасчета рейтинговых баллов для дисциплин, оканчивающихся экзаменом:

От 40 до 69 – «удовлетворительно»;

От 70 до 84 – «хорошо»;

От 85 до 100 – «отлично».

Бальная структура оценки:

Работа на семинарах –от 1 до 3 баллов за ответ (5 семинаров на 5 тем дисциплины; от 5 до 15 баллов).

Выполнение контрольных работ – от 0 до 10 баллов. Критериями оценки данного задания является степень выполнения задания, раскрытия темы, аргументации сделанных выводов.

Выполнение практических работ (кейсы) – от 0 до 5 баллов за работу (от 0 до 20 баллов за семестр, 4 практические работы)

Самостоятельная внеаудиторная работа – от 0 до 15 баллов (по темам для самостоятельной работы студентов). Проверка осуществляется посредством выполнения письменных работ или устного опроса.

Итоговая суммарная оценка выполненных заданий в течение одного семестра осуществляется два раза. Первый раз – перед последним плановым семинаром 1-го модуля (для информирования учащихся об их промежуточных успехах). Второй раз – в период последних двух недель семестра (итоговая оценка за семестр).

## **VII. Материально-техническое обеспечение**

Имеется демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для проведения занятий лекционного типа, обеспечивающих тематические иллюстрации.

<b>Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b>
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, Учебная аудитория № 38 (170002, Тверская область,	Столы, стулья, переносной ноутбук, переносной мультимедийный проектор, доска аудиторная	Google Chrome – бесплатно Microsoft Office 365 pro plus - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 Microsoft Windows 10 Enterprise - Акт приема-передачи № 369 от 21 июля 2017 Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows – Акт на

Тверь, просп. Чайковского, д.70)		передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г Программы для набора, вёрстки изданий, создания презентаций, программы для обработки графических материалов: Microsoft Windows 10 Enterprise, CorelDRAW Graphics Suite X4, SharePoint Designer 2010, Adobe Creative Suite 4 Design Standart.
----------------------------------	--	--

### **VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

№п.п.	Обновленный раздел рабочей программы дисциплины	Описание внесенных изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.			
2.			