

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра русского языка

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФГО

д.ф.н. Ромм М. В.

“ ____ ” _____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Копирайтинг

Образовательная программа: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль: Социальные коммуникации

Курс: 3 4, семестры : 6 7

Факультет гуманитарного образования, заочная форма обучения

		Семестр	
№	Вид деятельности	6	7
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	0	4
2	Всего часов	0	144
3	Всего занятий в контактной форме, час.	2	21
4	Лекции, час.	2	4
5	Практические занятия, час.	0	8
6	Лабораторные занятия, час.	0	0
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	0	0
8	Аттестация, час.	0	2
9	Консультации, час.		7
10	Самостоятельная работа, час.	0	121
11	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе)		
12	Вид аттестации		ДЗ

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ФГОС введен в действие приказом №997 от 11.08.2016 г. , дата утверждения: 25.08.2016 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, вариативная, по выбору студента

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

РЯз, протокол заседания кафедры №7 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета гуманитарного образования, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

старший преподаватель, Захарова А. В.

Заведующий кафедрой:

доцент, д.п.н. Колесникова Н. И.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Паршукова Г. Б.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Компетенция ФГОС: ОПК.3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; в части следующих результатов обучения:	
з4. Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе	
у4. Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке	
Компетенция ФГОС: ПК.11 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; в части следующих результатов обучения:	
з1/РИИПА. Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	
у1/РИИПА. Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы	

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
Копирайтинг	
ОПК.3.з4 Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе	
1.Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОПК.3.у4 Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке	
2.Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.11.з1/РИИПА Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	
3.Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Лекции; Самостоятельная работа
ПК.11.у1/РИИПА Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы	
4.Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы	Лекции; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 6				
Дидактическая единица: Работа с текстом в рекламе и PR				
1. Основы профессионального речевого этикета в рекламе и PR	0	2	1, 2, 3, 4	Лекционное занятие
Семестр: 7				
Дидактическая единица: Работа с текстом в рекламе и PR				
3. Виды и типы пресс-релизов	0	2	1, 2, 3, 4	Лекционное занятие
5. Виды брифов	0	2	1, 2, 3, 4	Лекционное занятие

Таблица 3.2

Темы практических занятий	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 7				
Дидактическая единица: Работа с текстом в рекламе и PR				
1. Особенности PR-текстов	0	2	1, 2	Создание рекламных и PR-текстов
2. Виды и типы прес-релизов	0	2	1, 2	Создание различных видов пресс-релизов
3. Виды брифов	0	2	1, 2	Подготовка различного вида брифов
4. Виды проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	0	2	1, 2	Подготовка текста проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)

Таблица 3.3

Темы для самостоятельного изучения	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 7				
Дидактическая единица: Работа с текстом в рекламе и PR				
2. Особенности PR-текстов	0	6	1, 2, 3, 4	Лекционное занятие
4. Законы композиции и стиля, приемы убеждения в PR - и рекламных текстах	0	6	1, 2, 3, 4	Лекционное занятие
5. Текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	0	6	1, 2	Подготовка текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы
6. Литературное редактирование и копирайтинг	0	4	1, 2	Литературное редактирование
6. Литературное редактирование и копирайтинг	0	6	1, 2, 3, 4	Лекционное занятие

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 7				
1	Подготовка к занятиям	1, 2	54	2
: Осадчая О. В. Теория и практика связей с общественностью. Основы профессиональной деятельности : учебно-методическое пособие / О. В. Осадчая, Т. В. Журавель ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2009. - 70, [1] с. - Режим доступа: http://www.ciu.nstu.ru/fulltext/textbooks/2009/osadchaya.pdf				
2	Подготовка к аттестации	1, 2	12	2

: Осадчая О. В. Теория и практика связей с общественностью. Основы профессиональной деятельности : учебно-методическое пособие / О. В. Осадчая, Т. В. Журавель ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2009. - 70, [1] с.. - Режим доступа: http://www.ciu.nstu.ru/fulltext/textbooks/2009/osadchaya.pdf				
3	Самостоятельное выполнение заданий	1, 2	27	3
: Осадчая О. В. Теория и практика связей с общественностью. Основы профессиональной деятельности : учебно-методическое пособие / О. В. Осадчая, Т. В. Журавель ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2009. - 70, [1] с.. - Режим доступа: http://www.ciu.nstu.ru/fulltext/textbooks/2009/osadchaya.pdf				
4	Самостоятельное изучение теоретического материала	1, 2, 3, 4	28	0
Студент изучает темы, приведенные в таблице 3.3 : Осадчая О. В. Теория и практика связей с общественностью. Основы профессиональной деятельности : учебно-методическое пособие / О. В. Осадчая, Т. В. Журавель ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2009. - 70, [1] с.. - Режим доступа: http://www.ciu.nstu.ru/fulltext/textbooks/2009/osadchaya.pdf				

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	Портал НГТУ; Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС
Консультирование	Среда электронного обучения НГТУ
Контроль	Среда электронного обучения НГТУ
Размещение учебных материалов	Среда электронного обучения НГТУ; ЭБС

Таблица 5.2

Активные и интерактивные формы проведения занятий

№	Наименование активных форм
1	Кейс-стади
Краткое описание применения:	
2	Метод проектов
Краткое описание применения:	

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS. Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Максимальный балл
Семестр: 7	
Подготовка к занятиям:	36

Лекция:	9
Практические занятия:	36
Зачет:	20

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля	
			Зачет
ОПК.3	з4. Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе		+
	у4. Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке		+
ПК.11	з1/РИИПА. Знать правила и способы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		+
	у1/РИИПА. Уметь создавать аналитические справки, обзоры и прогнозы		+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Судоргина З. Копирайтинг [Электронный ресурс]: тексты, которые продаются/ З. Судоргина— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.— 282 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58953.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература

1. Кривоносов А. Д. Основы теории связей с общественностью : [учебник по направлению "Связи с общественностью"] / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб., 2010. - 375, [1] с.
2. Рымашевская Ю. Рекламная бомба : [рецепты копирайтинга, взрывающие рынок] / Ю. Рымашевская. - СПб. [и др.], 2007. - 156 с. : ил.
3. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривоносов. - СПб., 2002. - 279 с. : ил.
4. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. - СПб., 2006. - 157 с. : ил.
5. Осадчая О. В. Теория и практика связей с общественностью. Основы профессиональной деятельности : учебно-методическое пособие / О. В. Осадчая, Т. В. Журавель ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2009. - 70, [1] с. - Режим доступа: <http://www.ciu.nstu.ru/fulltext/textbooks/2009/osadchaya.pdf>
6. Каплунов Д. 100 советов начинающему копирайтеру! / Д. Каплунов // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. - 2011. - № 1. - С. 22-34.
7. Сердобинцева Е. Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие / Е. Н. Сердобинцева. - Москва, 2014. - 159 с. : ил.
8. Бернадская Ю. С. Текст в рекламе : [учебное пособие для вузов по специальности 032401 (350700) "Реклама" и др.] / Ю. С. Бернадская. - Москва, 2014. - 287, [1] с. : табл.
9. Руженцева Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : [учебное пособие для вузов по направлениям подготовки (специальностям) "Связи с общественностью" и "Реклама"] / Н. Б. Руженцева. - Москва, 2012. - 179, [1] с. : табл.
10. Чумиков А. Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью : [учебное пособие для вузов] / А. Н. Чумиков. - М., 2010. - 147, [2] с. : табл., ил.

11. Кошелев А. Н. PR -проектирование : от идеи до воплощения в реальность / А. Н. Кошелев. - М., 2010. - 302, [1] с. : ил., табл.
12. Бареев В. А. Организация и проведение PR-кампаний : учебное пособие / В. А. Бареев. - СПб., 2010
13. Чумиков А. Н. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры : учебно-практическое пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - М., 2009. - 720, [1] с., [16] л. цв. ил. : ил.

Интернет-ресурсы

1. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>
2. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
3. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
4. ЭБС "Znaniy.com" : <http://znaniy.com/>
5. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Бернадский С.Л. Продающие тексты [Электронный ресурс]: как превратить читателя в покупателя/ С.Л. Бернадский— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.— 181 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39363.html>.— ЭБС «IPRbooks»

8.2 Специализированное программное обеспечение

- 1 Office
- 2 Windows
- 3 Office

9. Материально-техническое обеспечение

Презентационное оборудование

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	Применяется в качестве презентационных материалов

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра русского языка

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФГО
д.ф.н., профессор М.В. Ромм
“ ” _____ Г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Копирайтинг

Образовательная программа: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль:
Социальные коммуникации

1. Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине Копирайтинг приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ОПК.3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга	з4. Знать особенности текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламе	Бриф и его разновидности Жанры PR-текстов Жанры рекламных текстов Понятие журналистских текстов Понятия копирайтинга Пресс-релиз Рекламные тексты: анализ Рекламный текст в Интернет Рекламыне статьи Спичрайтинг Стили текстов		Зачет, кейсы в формате Технических заданий
ОПК.3	у4. Уметь работать с рекламными и PR-текстами на родном языке	Бриф и его разновидности Жанры PR-текстов Жанры рекламных текстов Понятие журналистских текстов Понятия копирайтинга Пресс-релиз Рекламные тексты: анализ Рекламный текст в Интернет Рекламыне статьи Спичрайтинг Стили текстов		Зачет, кейсы в формате Технических заданий

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 6 семестре - в форме зачета, который направлен на оценку сформированности компетенций ОПК.3.

Зачет проводится в устной и письменной форме, в виде выполнения кейсов.

Кроме того, сформированность компетенции проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенции ОПК.3, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы,

большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Паспорт зачета

по дисциплине «Копирайтинг», 6 семестр

1. Методика оценки

Зачет проводится в устной и письменной форме, по предоставленным техническим заданиям. В ходе зачета преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы по понятийному ряду в рамках полученного задания .

Пример технического задания

ТЗ на написание продающего текста

Контактная информация заказчика: (адрес web-сайта, электронная почта, Skype)	
Основные сферы деятельности	
Тематика материала	
Вид продающего текста: (о каком именно тексте идет речь: на главную страницу, коммерческое предложение, текст для буклета и т.п)	
Размер текста: (примерное количество печатных знаков, в листах А4)	
Где будет размещен текст? (ссылка на сайт, макет и так далее)	
Ссылки на тексты, которые Вам нравятся и которые можно рассматривать в качестве примера удачного материала	

Информация, которая обязательно должна быть отражена в тексте	
Любые, пусть даже малозначительные факты, цифры и достижения, которые могут придать индивидуальности вашему материалу. Например, «за 7 лет выпустили 3500 станков», «75% наших сотрудников имеют высшее образование», «каждый рубль из 30 заработанных мы отправляем на благотворительность», «ежегодно отправляем продукцию на выставки, имеем награды» и так далее. Приветствуются все, даже самые малозначительные, но конкретные данные. Это крайне важно.	
Информация о конкурентах: (наименование компаний, их слабые и сильные стороны, ссылки)	
Нужны ли подзаголовки или слоганы?	
Стиль написания: (деловой, ироничный, с элементами юмора, провокационный, новостной и так далее)	
Нужны ли ключевые слова в тексте? Если да, то укажите	
Дополнительные пожелания	

2. Критерии оценки

- Ответ на экзаменационный билет считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки, оценка составляет 0-4 баллов.
- Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-

следственные связи явлений, при решении задачи допускает непринципиальные ошибки, например, вычислительные, оценка составляет 5-8 баллов.

- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, не допускает ошибок при решении задачи, оценка составляет 9-14 баллов.
- Ответ на экзаменационный билет (тест) билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок и способен обосновать выбор метода решения задачи, оценка составляет 15-20 баллов.

3. Шкала оценки

За экзамен можно получить максимально 20 баллов.

Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений			
балл (отметка)		вербальный аналог	
90 ÷ 100	5	отлично	зачтено
70 ÷ 90	4	хорошо	
50 ÷ 70	3	удовлетворительно	
менее 50	2	неудовлетворительно	Не зачтено

В общей оценке по дисциплине экзаменационные баллы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Вопросы к зачету по дисциплине «Копирайтинг»

- 1) ТЗ на написание продающего текста
- 2) ТЗ на написание пресс-релиза
- 3) ТЗ на написание стандартного текста
- 4) ТЗ на подбор слогана
- 5) ТЗ на написание текста для главной страницы
- 6) ТЗ на написание текста Landing Page
- 7) ТЗ на написание текста для СМИ
- 8) ТЗ на написание сценария аудиоролика
- 9) ТЗ на написание сценария видеоролика
- 10) ТЗ на написание текста "О компании"