

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.09.2026 10:39:21
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Высшая школа туризма и социальных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Спичрайтинг и копирайтинг»

Направление подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль):

«Реклама и связи с общественностью»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «Спичрайтинг и копирайтинг» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 512.

Составители:

к.с.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

О. В. Кораблева

(ФИО)

РПД обсуждена на заседании Высшей школы туризма и социальных технологий
26.08.2024 г., протокол № 1.

Директор Высшей школы
туризма и социальных технологий

к.ф.н., доцент

(уч.степень, уч.звание)

Н.Д. Алексеева

(ФИО)

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся, профессиональных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ИПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	Знает: - принципы и методы копирайтинга и спичрайтинга; - правила орфографии, пунктуации, стилистики русского языка; - основы внутренней поисковой оптимизации; - технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; - содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента; - специфику разных типов СМИ и других медиа, и мировой опыт; - технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании; - инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Умеет: - создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; - применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; - учитывать специфику разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта в профессиональной деятельности; - применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде Владеет: - навыками авторской деятельности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	06.013 Специалист по информационным ресурсам 11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации
ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности	ИПК-3.2. Использует современные рекламные и коммуникативные	Знает: - современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и	06.013 Специалист по информационным ресурсам

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы	технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью; - способы размещения и реализации коммуникационного продукта Умеет: - применять современные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью Владеет: - навыками применения в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Профессиональный модуль).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 з.е. (180 часа.), их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
Общая трудоемкость дисциплины, час	180
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	52/18
занятия лекционного типа (лекции)	20/10
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	32/8
лабораторные работы	-/-
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	101/153
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	101/153
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	- /-
Контроль (часы на экзамен)	27/9
Промежуточная аттестация	Экзамен

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3, ИПК-2.4, ПК-3: ИПК-3.2	ТЕМА 1. ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СПИЧРАЙТИНГА И КОПИРАЙТИНГА Содержание лекции: 1. Спичрайтинг и оргаторское искусство. 2. Аристотель и его риторика. 3. Цицерон «Об ораторском искусстве». 4. Квинтилиан и его «Наставления оратору».	5/2				Доклад, сообщение Выполнение практического задания №1
	Практическое занятие Тема 1. Исторические аспекты спичрайтинга и копирайтинга			8/2		
	Самостоятельная работа				25/38	
ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3, ИПК-2.4, ПК-3: ИПК-3.2	ТЕМА 2. СПИЧРАЙТИНГ В АРСЕНАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ PR- ТЕХНОЛОГИЙ Содержание лекции: 1. Современное понятие спичрайтинга, сферы применения 2. Правовые и этические основания современного спичрайтинга. 3. Устные и письменные речи в политических коммуникаций. 4. Устные и письменные речи в сфере бизнес-коммуникаций. 5. Сторителлинг как инструмент связей с общественностью. 6. Лучшие образцы спичрайтинга.	5/3				Доклад, сообщение Составление тестовых вопросов по выбранной теме Выполнение практического задания №2
	Практическое занятие Тема 2. Спичрайтинг в арсенале современных PR-технологий			8/2		
	Самостоятельная работа				25/38	
ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2, ИПК-2.3, ИПК-2.4, ПК-3: ИПК-3.2	ТЕМА 3. КОПИРАЙТИНГ В СИСТЕМЕ РЕКЛАМНЫХ И PR- ТЕХНОЛОГИЙ Содержание лекции: 1. Понятие, сущность и разновидности копирайтинга. 2. Сферы применения. 3. Правовые и этические основания современного копирайтинга. 4. Рекламный текст как продукт копирайтинга. 5. PR-текст как продукт копирайтинга.	5/3				Доклад, сообщение Выполнение практического задания №3
	Практическое занятие Тема 3. Копирайтинг в системе рекламных и PR-технологий			8/2		
	Самостоятельная работа				26/39	
ПК-2: ИПК-2.1, ИПК-2.2,	ТЕМА 4. ИНТЕРНЕТ-КОПИРАЙТИНГ Содержание лекции: 1. Специфика текстов для интернета.	5/2				Реферат, презентация Составление

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
ИПК-2.3, ИПК-2.4, ПК-3: ИПК-3.2	2. SEO-копирайтинг и поисковая оптимизация. 3. Нативная реклама. 4. Тексты для сайтов 5. Тексты для социальных сетей. SMM-копирайтинг. 6. Копирайтинг и конверсия. 7. Оформление продающих текстов.					тестовых вопросов по выбранной теме
	Практическое занятие Тема 4. Интернет-копирайтинг			8/2		
	Самостоятельная работа				25/38	
	ИТОГО	20/10	- /-	32/8	101/153	

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- информационные технологии: Miro, Google-документы, Zoom, BigBlueButton.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на лабораторных работах

Лабораторные работы по дисциплине не предусмотрены.

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа/ на практических занятиях

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: выполнение практических заданий на всех занятиях.

4.5. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной и научной литературы по курсу.
2. Подготовка рефератов.
3. Подготовка презентаций.
4. Работу с ресурсами Интернет, материалами периодической печати.
5. Подготовку тестовых вопросов по темам курса.
6. Подготовку к промежуточной аттестации по курсу.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

4.6. Методические указания для выполнения курсового проекта/работы

Выполнение курсового проекта/работы по дисциплине не предусмотрено.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью", 43.03.01 "Сервис" (квалификация (степень) "бакалавр") / О. Я. Гойхман, Л. М. Гончарова, М. О. Кошлякова, Т. М. Надеина ; под ред. О. Я. Гойхмана, Л. М. Гончаровой. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 229 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Прилож. - URL: <https://znanium.ru/read?id=444661> (дата обращения: 29.05.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-012633-3. - 978-5-16-102396-9. - Текст : электронный.

2. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2021. - 271 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=398371> (дата обращения: 07.03.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - 978-5-16-004085-1. - Текст : электронный.

3. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. - 5-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2023. - 130 с. : ил. - Глоссарий. - URL: <https://znanium.ru/read?id=431607> (дата обращения: 15.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-05306-1. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

4. Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления / С. Н. Бердышев. - Москва : Дашков и К, 2009. - 251 с. : ил. - Прил. - ISBN 978-5-394-00061-4 : 170-50. - Текст : непосредственный.

5. Брукс, П. Копирайтинг: как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать / П. Брукс ; [пер. с англ. В. К. Орехов]. - Москва : Бератор-паблишинг, 2006. - 125 с. - (Практические секреты повышения продаж). - На обл.: П. Брукс автор бестселера "Копирайтинг: как написать рекламу, которая будет продавать". - ISBN 5-9727-0012-3 : 127-00. - Текст : непосредственный.

6. Иванова, К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2009. - 157 с. : ил., табл. - (Маркетинг для профессионалов). - Прил. - ISBN 978-5-469-01108-8 : 112-20;111-54. - Текст : непосредственный.

7. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие для вузов по специальностям "Связи с общественностью", "Журналистика" (специалисты, бакалавры, магистры) / Б. Р. Мандель. - 2-е изд., испр. и доп. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 238 с. - (Высшее образование). - Прил. - URL: <https://znanium.ru/read?id=439471> (дата обращения: 21.04.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-112213-6. - Текст : электронный.

8. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. для вузов по направлениям подгот. 38.03.06 "Торговое дело" и 41.03.06 "Публич. политика и соц. науки" / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2022. - 383 с. : ил. - URL: <https://znanium.com/read?id=400303> (дата обращения: 28.04.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0194-0. - 978-5-16-004217-6. - Текст : электронный.

9. Шарков, Ф. И. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. для вузов по специальности "Реклама" / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2009. - 407 с. : ил. - Прил. - Указ. терминов. - ISBN 978-5-91131-894-9 : 277-32. - Текст : непосредственный.

10. Шугерман, Д. Как создать крутой рекламный текст. Принципы выдающегося американского копирайтера : пер. с англ. / Д. Шугерман. - Документ read. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 440 с. - Прил. - URL: <https://znanium.com/read?id=368689> (дата обращения: 30.01.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9614-1904-7. - Текст : электронный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 25.04.2024). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992. - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 25.04.2024). - Текст : электронный.

3. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010. - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 25.04.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 25.04.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 25.04.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

компьютерные классы университета;

библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Экзамен	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
			70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
	повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии с набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

Формы текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение	6	5	30
Составление тестовых вопросов по выбранной теме	2	10	20
Подготовка и защита реферата по выбранной теме	1	10	10
Подготовка презентации по выбранной теме	1	10	10
Выполнение практических заданий	3	10	30
Итого по дисциплине			100 баллов

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине <http://sdo.tolgaz.ru/>.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

8.2.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Практические занятия. Тема 1. Исторические аспекты спичрайтинга и копирайтинга

Темы докладов/сообщений:

1. Спичрайтинг и ораторское искусство.
2. Аристотель и его риторика.
3. Цицерон «Об ораторском искусстве».
4. Квинтилиан и его «Наставления оратору».

Практические занятия. Тема 2. Спичрайтинг в арсенале современных PR-технологий

Темы докладов/сообщений:

1. Современное понятие спичрайтинга, сферы применения
2. Правовые и этические основания современного спичрайтинга.
3. Устные и письменные речи в политических коммуникациях.
4. Устные и письменные речи в сфере бизнес-коммуникаций.
5. Сторителлинг как инструмент связей с общественностью.
6. Лучшие образцы спичрайтинга.

Практические занятия. Тема 3. Копирайтинг в системе рекламных и PR-технологий

Темы докладов/сообщений:

1. Понятие, сущность и разновидности копирайтинга.
2. Сферы применения.
3. Правовые и этические основания современного копирайтинга.
4. Рекламный текст как продукт копирайтинга.
5. Пресс-релиз как продукт копирайтинга.
6. Легенда бренда
7. Рерайтинг
8. Микротексты
9. Нейминг
10. Слоган
11. Презентация
12. Коммерческое предложение. УТП.
13. Каталог, буклет
14. Сценарная основа рекламы.

Практические занятия. Тема 4. Интернет-копирайтинг

Темы докладов/сообщений:

1. SEO-копирайтинг и поисковая оптимизация.
2. Нативная реклама.
3. Тексты для сайтов
4. Тексты для социальных сетей. SMM-копирайтинг.
5. Копирайтинг и конверсия.
6. Оформление продающих текстов.

8.2.2. Типовые практические задания к семинарским занятиям

Практическое задание № 1.

1. Ознакомьтесь с контентом ресурса «Копирайтеры России» (<https://speechwritersofrussia.ru>). Там собраны лучшие тексты речей всех времен и народов:

1. Выступление Чарли Чаплина на своем 70-летию (<https://speechwritersofrussia.ru/247>),
2. Фултонская речь Черчилля (<https://speechwritersofrussia.ru/236>),
3. Три истории Стива Джобса (<https://speechwritersofrussia.ru/44>) и другое.

Проанализируйте речи с точки зрения средств и смысловых, композиционных и лексических приемов. Разработайте рецепт «сильной» речи.

Практическое задание № 2.

Напишите речь лучшего и благодарного выпускника университета для выпускного вечера.

Практическое задание № 3.

Ознакомьтесь с 5 текстами платформы «Дзен». Проанализируйте особенности формата и напишите свой лонгрид для платформы «Дзен». Включите 5-7 «обложек».

8.2.3. Типовые темы для рефератов/презентаций

1. Спичрайтинг и ораторское искусство.
2. Аристотель и его риторика.
3. Цицерон «Об ораторском искусстве».
4. Квинтилиан и его «Наставления оратору».
5. Современное понятие спичрайтинга, сферы применения.
6. Правовые и этические основания современного спичрайтинга.
7. Устные и письменные речи в политических коммуникаций.
8. Устные и письменные речи в сфере бизнес-коммуникаций.
9. Сторителлинг как инструмент связей с общественностью.
10. Лучшие образцы спичрайтинга.
11. Понятие, сущность и разновидности копирайтинга.
12. Сферы применения.
13. Правовые и этические основания современного копирайтинга.
14. Рекламный текст как продукт копирайтинга.
15. Пресс-релиз как продукт копирайтинга.
16. Легенда бренда.
17. Рерайтинг.
18. Микротексты.
19. Нейминг.
20. Слоган.
21. Презентация.
22. Коммерческое предложение. УТП.
23. Каталог, буклет.
24. Сценарная основа рекламы.
25. SEO-копирайтинг и поисковая оптимизация.
26. Нативная реклама.
27. Тексты для сайтов.

28. Тексты для социальных сетей. SMM-копирайтинг.
29. Копирайтинг и конверсия.
30. Оформление продающих текстов.

Требования к оформлению реферата

Объем работы – от 15 страниц.
 Шрифт – TNR, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1,5.
 Поля: правое – 1 см., левое -2,5 см, верхнее, нижнее – 1 см.
 Текст выравниваем по ширине страницы.
 Нумерация страниц – середина страницы, вверху.
 Количество используемых источников – от 5 наименований. Список оформляем по ГОСТу.

Требования к оформлению презентации

Презентация выполняется с использованием платформ Canva или PowerPoint.
 Объем работы – от 15 слайдов.
 Презентация должна включать примеры, результаты исследований, статистику, инфографику.

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: *экзамен (по результатам накопительного рейтинга или в форме устно-письменного опроса).*

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

1. Спичрайтинг и ораторское искусство.
2. Аристотель и его риторика.
3. Цицерон «Об ораторском искусстве».
4. Квинтилиан и его «Наставления оратору».
5. Современное понятие спичрайтинга, сферы применения.
6. Правовые и этические основания современного спичрайтинга.
7. Устные и письменные речи в политических коммуникаций.
8. Устные и письменные речи в сфере бизнес-коммуникаций.
9. Сторителлинг как инструмент связей с общественностью.
10. Лучшие образцы спичрайтинга.
11. Понятие, сущность и разновидности копирайтинга.
12. Сферы применения.
13. Правовые и этические основания современного копирайтинга.
14. Рекламный текст как продукт копирайтинга.
15. Пресс-релиз как продукт копирайтинга.
16. Легенда бренда.
17. Ререйтинг.
18. Микротексты.
19. Нейминг.
20. Слоган.

ПК-3. Способен применять в профессиональной деятельности основные рекламные и коммуникативные технологии, технические средства, приемы и методы

21. Презентация.
22. Коммерческое предложение. УТП.
23. Каталог, буклет.

24. Сценарная основа рекламы.
25. SEO-копирайтинг и поисковая оптимизация.
26. Нативная реклама.
27. Тексты для сайтов.
28. Тексты для социальных сетей. SMM-копирайтинг.
29. Копирайтинг и конверсия.
30. Оформление продающих текстов.