



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Социальный факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Рекламный копирайтинг»

Кафедра социальных и информационных технологий

Образовательная программа:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
Связи с общественностью и коммуникативные технологии

Уровень высшего образования:
Бакалавриат

Форма обучения:
заочная

Статус дисциплины:
Б1.О.04.18
Входит в обязательную часть ОПОП

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Рекламный копирайтинг» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**.

Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с различными аспектами формирования у студентов системы знаний о PR-технологиях, акцентируется внимание на внутренней и внешней функциях PR. Авторами актуализируется взаимосвязь PR-технологий с PR-стратегий, PRплан и PR-программой. Предложены основные направления деятельности PR-специалиста: изучение мнений общественности; разработка приоритетной политики; подбор нужной информации; взаимодействие со средствами массовой информацией ; организация обратной связи с различными представителями.

В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

–ОПК-4- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

–ОПК-6- Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

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

– ПК-1.- Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности;

– ПК-2- Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента.

– ПК-4. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля

– ПК-5 Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: *лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа.*

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как *фронтальный опрос, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.*; рубежного контроля в форме *письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума*; промежуточного контроля в форме *экзамена*.

Объем дисциплины: Зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий - 108.

Объем дисциплины в заочной форме (10 семестр 5 курса)

Семестр	Учебные занятия					СР С, в том числе и экза- мен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:						
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					
		всего	из них	Лекции	Контроль		

2	108	26	8	9	18		73	Экзамен
---	-----	----	---	---	----	--	----	---------

1. Цели освоения дисциплины:

Целью изучения учебной дисциплины «Рекламный копирайтинг» является знакомство студентов с основами копирайтинга как составления рекламных (в том числе "продающих", имиджевых и презентационных) текстов.

Данный курс должен познакомить с концепциями и спецификой рекламного и рг-текста и дать практические навыки работы с текстами в рекламе и связях с общественностью; применять полученные теоретические сведения и практические навыки при создании текстов, что предполагает следующие **задачи курса**:

- научить составлять рекламные тексты яркие заголовки, информационные письма, и другие документы сферы связей с общественностью и рекламы;
- сформировать представления об основных категориях, понятиях, жанрах, классификациях рекламных и рг-текстов;
- обучить методам и приемам составления речевых произведений профессионально значимых жанров;
- дать типологию речевых ошибок при изучении лексической, морфологической, синтаксической стилистики, фоники;
- привить навыки стилистической правки текста;
- показать возможности совершенствования речевой практики с помощью творческого использования языковых ресурсов;
- раскрыть взаимодействие языка и культуры в современном социуме.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Рекламный копирайтинг» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**.

Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий.

Изучение данной дисциплины логически и содержательно-методически взаимосвязано с другими частями ОПОП.

Для успешного освоения содержания рассматриваемой дисциплины, необходимо изучение следующих дисциплин:

1. «Социальная реклама»;
2. «История рекламы».
3. «PR-Технологии»

Результаты изучения «Рекламный копирайтинг» могут быть использованы для успешного освоения следующих дисциплин:

1. «Цифровые коммуникации»
2. «Технологии социальной рекламы»
3. «Социальные медиа»
4. «Теория и практика рекламы»

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной дея-	ОПК - 4.1. Осуществляет систематическое взаимодействие различными социальными структурами и инсти-	Знает: теоретические основы организации систематического взаимодействия с различными социальными структурами и институтами обще-	Письменный опрос, круглый стол, реферат

тельности.	<p>тутами общества для эффективного решения профессиональных задач.</p>	<p>ства для эффективного решения профессиональных задач.</p> <p>Умеет: осуществлять систематическое взаимодействие различными социальными структурами и институтами общества для эффективного решения профессиональных задач и.</p> <p>Владеет: знаниями организации систематического взаимодействия с различными социальными структурами и институтами общества.</p>	
	<p>ОПК- 4.2. Использует ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач.</p>	<p>Знает: ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач.</p> <p>Умеет: использовать ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач.</p> <p>Владеет: знаниями ресурсов различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач.</p>	
	<p>ОПК - 4.3. Применяет современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.</p>	<p>Знает: современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.</p> <p>Умеет: Применять современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.</p> <p>Владеет: современными технологиями и методами организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.</p>	

<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>	<p>Знает: необходимое для профессиональной деятельности техническое оборудование и программное обеспечение.</p> <p>Умеет: использовать знания современных технических средств в процессе медиапроизводства.</p> <p>Владеет: способностью отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности</p>	<p>Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация</p>
	<p>ОПК-6.2. Использует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>Знает: современные стационарные и мобильные цифровые устройства.</p> <p>Умеет: использовать свои знания на всех этапах создания текстового материала и (или) продукта</p> <p>Владеет: навыками адаптации возможностей стационарных и мобильных цифровых устройств в профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p>	<p>ОПК-7.1. Разбирается в корпоративных принципах социальной ответственности, типовых эффектах и последствиях профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.</p> <p>Умеет: различать принципы социальной ответственности.</p> <p>Владеет: технологиями формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.</p>	<p>Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация</p>
	<p>ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении ин-</p>	<p>Знает: приемы сбора, обработке и распространении информации.</p> <p>Умеет: оценивать корректность творческих приемов сбора, обработ-</p>	

	<p>формации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессиональной деятельности.</p>	<p>ки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет: навыками использования корректных творческих приемов сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессиональной деятельности.</p>	
<p>ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p>ПК - 1.1. Планирует эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p>Знает: основы планирования эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</p> <p>Умеет: планировать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</p> <p>Владеет: навыками эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной</p>	<p>Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация</p>

		активности	
	<p>ПК - 1.2. Контролирует эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p>Знает: механизмы контроля эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</p> <p>Умеет: контролировать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</p> <p>Владеет: навыками контроля управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</p>	<p>Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация</p>
	<p>ПК - 1.3. Осуществляет оценку эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внеш-</p>	<p>Знает: механизмы оценки эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе</p>	<p>Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация</p>

	ней коммуникации, в том числе медийной активности	медийной активности. Умеет: оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Владеет: навыками оценки управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности	
ПК-2. Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента	ПК - 2.1. Планирует оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента	Знает: процедуру планирования оценки эффективности работы по созданию и редактированию контента. Умеет: планировать оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента. Владеет: навыками планирования оценки эффективности работы по созданию и редактированию контента.	Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация
	ПК - 2.2. Координирует оценивание эффективности работы по созданию и редактированию контента	Знает: координацию оценивания эффективности работы по созданию и редактированию контента. Умеет: координировать оценивание эффективности работы по созданию и редактированию контента. Владеет: методами координации оценивания эффективности работы по созданию и редактированию контента	Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация

		та.	
	ПК - 2.3. Осуществляет оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента	Знает: работу по созданию и редактированию контента. Умеет: оценивать эффективность работы по созданию и редактированию контента. Владеет: техникой оценивания эффективности работы по созданию и редактированию контента	
ПК - 4. Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля	ПК - 4.1. Применяет поисковую оптимизацию текстовых материалов	Знает: теоретические основы оптимизации текстовых материалов. Умеет: осуществлять поисковую оптимизацию текстовых материалов. Владеет: технологиями поисковой оптимизацию текстовых материалов.	Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация
	ПК - 4.2. Применяет адаптации текстовых материалов	Знает: основы применения адаптации текстовых материалов. Умеет: применять адаптацию текстовых материалов. Владеет: навыками адаптации текстовых материалов	Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация
	ПК - 4.3. Учитывает специфику стиля текстовых материалов	Знает: специфику стиля текстовых материалов. Умеет: учитывать специфику стиля текстовых материалов. Владеет: навыками учета специфики стиля текстовых материалов.	
ПК-5. Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д	ПК – 5.1. Организует работу с текстовыми редакторами	Знает: работу с текстовыми редакторами. Умеет: работать с текстовыми редакторами. Владеет: технологиями работы с текстовыми редакторами.	Дискуссия, устный опрос, реферат, презентация
	ПК – 5.2. Использует в работе графические редакторы	Знает: содержание работы с графическими редакторами. Умеет: работать с графическими редакторами. Владеет: технологиями работы с графическими редакторами.	

	ПК – 5.3. Применяет в работе агрегаторы новостей и электронные подписки	Знает: агрегаторы новостей и электронные подписки. Умеет: работать с агрегаторами новостей и электронными подписками. Владеет: навыками работы с агрегаторами новостей и электронными подписками	
--	--	---	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

4.2.1. Структура дисциплины в заочной форме

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Самост. работа, в том числе и подготовка к экзамену	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Практическая подготовка	Итоговый контроль			
Модуль 1. Копирайтинг как творческий процесс. Задачи и возможности рекламного и PR-текста										
1	Функциональное и композиционное разнообразие служебных текстов.	10		2	2			8	Формы текущего контроля: устные вопросы, реферат, доклады. Форма промежуточной аттестации: творческая контрольная работа, правка текстов	
2	Классификация коммуникативных целей. Суггестивные тексты	10		2	2			8		
3	Тропы и фигуры, их применение в рекламном и PR-тексте	10		2	4			6		
Итого по модулю 1:		10		6	8			22	36	
Модуль 2. Языковая игра в рекламном тексте.										
1	Текст на веб-сайтах: использование контента в рекламных и PR-целях	10		2	4			10	Формы текущего контроля:	

2	Малые рекламные жанры	10			6			14	устные вопросы, реферат, доклады. Форма промежуточной аттестации: творческая контрольная работа, правка текстов
	Итого по модулю 2:			2	10			24	36
	Модуль 3.						9	27	Форма промежуточной аттестации: письменная контрольная работа
	Итого по модулю 3:						9	27	36
	ИТОГО:			8	18		9	73	108

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1.

Копирайтинг как творческий процесс.

Тема 1. Функциональное и композиционное разнообразие служебных текстов.

Формализованные типы текстов. Языковые правила написания писем (деловых, информационных), меморандумы, пресс-релизы

Литература:

1. «Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех», Дмитрий Кот
2. «Искусство убеждать словами: как пишутся гениальные тексты», Линдсей Кемп/
3. *Бернадский С. Л.* Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
4. *3. Брукс П.* Копирайтинг. Как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать / Пер. с англ. – М.: Бератор Пабблишинг, 2005.
5. Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Савельева О.О., Трубникова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 452 с.— Режим доступа: [http:// www.iprbookshop.ru/85355.html](http://www.iprbookshop.ru/85355.html).— ЭБС «IPRbooks»
6. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>
7. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
8. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>
9. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М. Бочаров; С. Самойленко. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: [http:// biblioclub.ru/index.php?page=book &id=442983](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983)

10. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?
11. Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://diss.rsl.ru/>
12. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
13. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>
14. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
15. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>

Тема 2. Классификация коммуникативных целей. Суггестивные тексты.

Сознательная и бессознательная мотивация при написании текста. Провокация и суггестия. Императивный характер рекламного текста.

Литература:

16. «Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех», Дмитрий Кот
17. «Искусство убеждать словами: как пишутся гениальные тексты», Линдсей Кемп/
18. *Бернадский С. Л.* Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
19. *З. Брукс П.* Копирайтинг. Как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать / Пер. с англ. – М.: Бератор Паблицинг, 2005.
20. Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Савельева О.О., Трубникова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 452 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85355.html>.— ЭБС «IPRbooks»
21. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>
22. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
23. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>
24. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М. Бочаров; С. Самойленко. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983>
25. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?
26. Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://diss.rsl.ru/>
27. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
28. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>
29. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
30. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>

Тема 3. Тропы и фигуры, их применение в рекламном и PR-тексте.

Речевая выразительность тропов: метафора, недесемантизированные эпитеты, метонимия, Гипербола, литота, оксюморон, антитеза. Речевая выразительность фигур: анафора, симплока, параллелизм, анадиплосис, эллипсис, риторический вопрос.

Литература:

31. «Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех», Дмитрий Кот
32. «Искусство убеждать словами: как пишутся гениальные тексты», Линдсей Кемп/

33. *Бернадский С. Л.* Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
34. *З. Брукс П.* Копирайтинг. Как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать / Пер. с англ. – М.: Бератор Паблицинг, 2005.
35. Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Савельева О.О., Трубникова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 452 с.— Режим доступа: [http:// www.iprbookshop.ru/85355.html](http://www.iprbookshop.ru/85355.html).— ЭБС «IPRbooks»
36. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>
37. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
38. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>
39. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М. Бочаров; С. Самойленко. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: [http:// biblioclub.ru/index.php?page=book &id=442983](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983)
40. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?
41. Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) - <http://diss.rsl.ru/>
42. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
43. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>
44. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
45. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>

Модуль 2.

Языковая игра в рекламном тексте.

Тема 1. Текст на веб-сайтах: использование контента в рекламных и PRцелях.

Реклама в Интернет. Современные тенденции развития Интернет-пространства. Контент. Рерайтинг. Использование тэгов в текстах на основных страницах сайтов. Контекстная реклама, составление веб-объявлений, текстов для баннеров.

Литература:

46. «Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех», Дмитрий Кот
47. «Искусство убеждать словами: как пишутся гениальные тексты», Линдсей Кемп/
48. *Бернадский С. Л.* Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
49. *З. Брукс П.* Копирайтинг. Как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать / Пер. с англ. – М.: Бератор Паблицинг, 2005.
50. Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Савельева О.О., Трубникова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 452 с.— Режим доступа: [http:// www.iprbookshop.ru/85355.html](http://www.iprbookshop.ru/85355.html).— ЭБС «IPRbooks»
51. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>
52. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
53. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>
54. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М. Бочаров; С. Самойленко. -

Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: [http:// biblioclub.ru/index.php? page=book &id=442983](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983)

55. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?

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

57. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images

58. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>

59. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images

60. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>

Тема 2. Малые рекламные жанры.

Форматы рекламных площадей. Оформление вывесок. Витринная реклама. Тексты на зданиях и сооружениях. Афиша. Упаковка. Логотип. Понятие пуф-рекламы.

Литература:

61. «Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех», Дмитрий Кот

62. «Искусство убеждать словами: как пишутся гениальные тексты», Линдсей Кемп/

63. *Бернадский С. Л.* Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

64. *З. Брукс П.* Копирайтинг. Как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать / Пер. с англ. – М.: Бератор Паблицинг, 2005.

65. Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Савельева О.О., Трубникова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 452 с.— Режим доступа: [http:// www.iprbookshop.ru/85355.html](http://www.iprbookshop.ru/85355.html).— ЭБС «IPRbooks»

66. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>

67. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images

68. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>

69. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М. Бочаров; С. Самойленко. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: [http:// biblioclub.ru/index.php? page=book &id=442983](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983)

70. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) - https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?

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

72. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images

73. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>

74. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images

75. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>

5. Образовательные технологии

Для наиболее эффективного освоения курса «Рекламный копирайтинг» в преподавании применяется комплекс приемов и методов, позволяющих сформировать у обучающихся целостное представление о деловой коммуникации в социуме, в частности и в социальной сфере.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и реализации компетентностного подхода в учебном процессе предусматривается широкое использование в учебном процессе актив-

ных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

В частности, при изучении дисциплины предусмотрено применение следующих образовательных технологий:

– *Лекция-беседа*, являющаяся наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Эта лекция предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным.

вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов.

– *Проблемная лекция*, определяющим признаком которой является постановка и разрешение учебных проблем с различной степенью приобщения к этому слушателей. Такое занятие начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую необходимо решить в ходе изложения материала.

– *Лекция-визуализация*, во время которой происходит переработка учебной информации по теме лекционного занятия в визуальную форму для представления студентам через технические средства обучения или вручную (схемы, рисунки, чертежи и т.п.).

– *Деловая и/или ролевая игра*, представляющая собой совместную деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

– *«Круглый стол»*, предполагающий обсуждение вопроса (темы, проблемы) на условиях партнерства небольшой группой студентов (обычно около пяти человек). В процессе обмена мнениями акцентируются позиции, подходы между участниками и с «аудиторией».

– *Презентация* – представление студентом наработанной информации по заданной тематике в виде набора слайдов и спецэффектов, подготовленных в выбранной программе.

– *Творческие задания* – самостоятельная творческая деятельность студента, в которой он реализует свой личностный потенциал, демонстрирует умение грамотно и ясно выражать свои мысли, идеи.

– *Компьютерные технологии* (компьютерный опрос, лекция – презентация, доклады студентов в сопровождении мультимедиа);

– *Диалоговые технологии* (опрос, взаимопрос, дискуссия между студентами, дискуссия преподавателя и студентов);

– Технологии на основе метода *опережающего обучения* и др.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются активные и интерактивные формы проведения занятий, в частности, с использованием разнообразных методов организации и осуществления:

– *учебно-познавательной деятельности* (словесные, наглядные и практические методы передачи информации, проблемные лекции и др.);

– *стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности* (дискуссии, самостоятельные исследования по обозначенной проблематике, публикация статьи и др.);

– *контроля и самоконтроля* (индивидуального и фронтального, устного и письменного опроса, экзамена).

Широко (более 20% аудиторных занятий) используются активные и интерактивные методы проведения занятий:

– дискуссии;

– ролевые, деловые, организационно-управленческие игры, имитирующие те или иные практические ситуации как одно из средств активизации учебного процесса;

– дискуссионные методы (групповая дискуссия, разбор случаев из практики, анализ ситуаций, моделирование практических ситуаций, метод кейсов и др.);

В частности, при проведении семинарских занятий по данной дисциплине используются различные образовательные технологии с использованием широкого спектра технических средств обучения. Для этого используется аудитории №2 и №17, оборудованный мультимедийным комплексом и видеооборудованием.

Наряду с традиционными лекционными и семинарскими занятиями предусмотрено встречи с представителями государственных и общественных организаций, экспертами и специалистами в области изучаемых проблем.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа рассматривается как форма организации обучения, которая способна обеспечивать самостоятельный поиск необходимой информации, творческое восприятие и осмысление учебного материала в ходе аудиторных занятий, разнообразные формы познавательной деятельности студентов на занятиях и во внеаудиторное время, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования учебного времени, выработку умений и навыков рациональной организации учебного труда. Она является формой организации образовательного процесса, стимулирующей активность, самостоятельность и познавательный интерес студентов, а также одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС).

Самостоятельная работа студента выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя и реализуется непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях и семинарских занятиях, а также вне аудитории – в библиотеке, на кафедре, дома и т.д.

Аудиторная самостоятельная работа студента осуществляется на лекционных и семинарских занятиях в форме выполнения различных заданий и научных работ. Внеаудиторная самостоятельная работа студента традиционно включает такие виды деятельности, как *проработка ранее прослушанного лекционного материала, изучение источника, конспектирование программного материала по учебникам, подготовка доклада, выполнение реферата, поиск наглядного материала, выполнение предложенных преподавателем заданий в виртуальной обучающей системе в режиме on-line и т.д.*

Самостоятельная работа студента должна быть ориентирована на поиск и анализ учебного и научного материалов для подготовки к устному выступлению на семинарском занятии и обсуждения заранее заданных и возникающих в ходе занятия вопросов, написания доклада и научной работы.

Эффективность и конечный результат самостоятельной работы студента зависит от умения работать с научной и учебной литературой, источниками и информацией в сети Интернет по указанным адресам.

При изучении дисциплины «Рекламный копирайтинг» используются следующие виды самостоятельной работы студентов:

1. Самостоятельная работа при подготовке к аудиторным занятиям.

1.1. Подготовка к лекции. Краткие конспекты лекций по дисциплине вместе с рабочей программой заранее представлены студентам на электронных носителях и информационной среде факультета. Знакомство с этими материалами позволяет заранее ознакомиться с основными положениями предстоящей лекции и активно задавать конкретные вопросы при ее изложении.

1.2. Подготовка к семинарскому занятию. Она направлена на:

- развитие способности к чтению научной и иной литературы;
- поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах;
- выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия;
- выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам;

- развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации;
- подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам;
- формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем.

1.3. Подготовка к семинару-конференции. В процессе самостоятельной подготовки к нему студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентов тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции.

1.4. Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела или модулей дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя:

- изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой;
- повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения;
- изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний;
- составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы;
- формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий.

1.5. Подготовка к экзамену. Должна осуществляться в течение всего семестра и включать следующие действия: студенту следует перечитать все лекции и материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра; затем надо соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, вновь осмыслить и понять. Если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуется делать краткие записи с целью формирования в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к зачету.

2. Внеаудиторная самостоятельная работа.

2.1. Написание реферата с целью расширения научного кругозора, овладения методами теоретического исследования, развития самостоятельности мышления студента. Для этого следует:

- 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем;
- 2) определить источники, с которыми придется работать;
- 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников;
- 4) составить план;
- 5) написать реферат:
 - обосновать актуальность выбранной темы;
 - указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание);
 - сформулировать проблематику выбранной темы;
 - привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию;
 - сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате.

Планируемые результаты данного вида самостоятельной работы:

— способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

— способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

2.2. Написание эссе с целью развития навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Для выполнения данного вида самостоятельной работы студентам следует:

1) написать вступление (2-3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы);

2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других;

3) дать комментарии к проблеме;

4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию;

5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного).

Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

2.3. Подготовка доклада с целью расширения научного кругозора, овладения методами теоретического исследования, развития самостоятельности мышления студента.

2.4. Составление глоссария с целью повысить уровень информационный культуры студентов; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области данного учебного курса.

2.5. Выполнение кейс-задания для формирования умения анализировать в короткие сроки большого объема неупорядоченной информации, принятия решений в условиях недостаточной информации при разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий.

2.6. Информационный поиск с целью развития способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска.

Список современных задач информационного поиска:

— решение вопросов моделирования;

— классификация документов;

— фильтрация, классификация документов;

— проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов;

— извлечение информации (аннотирование и реферирование документов);

— выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах.

2.7. Разработка мультимедийной презентации, целью которой является:

— освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала;

— обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций.

Основные виды мультимедийной презентации:

— обучающие и тестовые презентации (позволяют знакомить с содержанием учебного материала и контролировать качество его усвоения);

— презентации электронных каталогов (дают возможность распространять большие объемы информации быстро, качественно и эффективно);

— электронные презентации и рекламные ролики (служат для создания имиджа и распространение информации об объекте);

— презентации — визитные карточки (дают представление об авторе работы);

— бытовые презентации (использование в бытовых целях фотографий и видеоизображений в электронном виде).

Мультимедийные презентации по назначению:

— презентация сопровождения образовательного процесса (является источником информации и средством привлечения внимания слушателей);

— презентация учебного или научно-исследовательского проекта (используется для привлечения внимания слушателей к основной идее или концепции развития проекта с точки зрения его возможной эффективности и результативности применения);

— презентация информационной поддержки образовательного процесса (представляет собой обновление банка литературы, контрольных и тестовых заданий, вопросов к итоговой и промежуточной аттестации);

— презентация-отчет (мультимедийное сопровождение отчета в виде нескольких фрагментов, логически связанных между собой в зависимости от структуры отчета).

Темы, виды и содержание самостоятельной работы по дисциплине

Темы	Виды и содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Текст как феномен употребления языка.	1. Проработка конспекта лекций. 2. Поиск и анализ дополнительной литературы.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.
Межтекстовые связи и герменевтика.	1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Подготовка к семинарскому занятию по теме, составление конспекта.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.
Избыточная лексика и словесные излишества	1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Поиск и анализ дополнительной литературы.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.
Внутрижанровые стратегии и тактики в различных ситуациях общения	1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Подготовить реферат по теме.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.
Стилистика рекламы.	1. Проработка конспекта лекций. 2. Поиск и анализ дополнительной литературы.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.
Средства экспрессивного синтаксиса. Эвфемизмы. Релятивы (коммуникативы)	1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Подготовить научный доклад по теме.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.

Стилистика газетных жанров.	1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Разработать электронную презентацию проблемы межэтнических отношений в современной России.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.
Интерактивная гипертекстовая журналистика.	1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Подготовить реферат по теме.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.
Понятие благозвучия. Эстетическая оценка звуков русского языка	1. Проработка конспекта лекций. 2. Поиск и анализ дополнительной литературы.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.
Требования к текстам официально-делового стиля русского языка и отражение их в системе языка	1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Подготовить научный доклад по теме.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.
Нарушение лексической сочетаемости как стилистический приём	1. Проработка конспекта лекций, изучение учебной и научной литературы и интернет ресурсов; 2. Разработать электронную презентацию проблемы межэтнических отношений в современной России.	Реферирование научного текста (монографии, статей), проверка тетрадей.

Источники:

1. «Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех», Дмитрий Кот
2. «Искусство убеждать словами: как пишутся гениальные тексты», Линдсей Кемп/
3. *Бернадский С. Л.* Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
4. *З. Брукс П.* Копирайтинг. Как писать рекламные статьи и письма, которые будут продавать / Пер. с англ. – М.: Бератор Пабблишинг, 2005.
5. Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Савельева О.О., Трубникова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 452 с.— Режим доступа: [http:// www.iprbookshop.ru/85355.html](http://www.iprbookshop.ru/85355.html).— ЭБС «IPRbooks»
6. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>
7. Большая энциклопедия рекламы. Архив рекламы. - http://bigadvenc.ru/adv_images
8. Всемирный архив рекламы. - <http://www.coloribus.com/focus>

9. Советские рекламные ролики-<http://www.reklamania.kz/blogs/marketing/104>
10. Буданцев Ю. П. Социология средств массовой коммуникации. М., 2012.
11. Конечкая В. П. Социология коммуникации: Учебник. М., 2014.
12. <http://elib.dgu.ru/?q=node/876> - Научная библиотека ДГУ
13. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks:
14. www.biblioclub.ru - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн (архив).
15. <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека .

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Типовые контрольные задания

Примерная тематика рефератов.

1. Социальные, экономические и политические причины возникновения и развития связей с общественностью как профессии и отрасли бизнеса.
2. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
3. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.
4. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью.
5. Виды информационных поводов и способы их создания.
6. Внутрикorporативный PR. Виды коммуникации во взаимоотношениях с персоналом.
7. Конфликты и способы их разрешения PR-подразделениями.
8. Статус и стиль деятельности менеджера по PR.
9. Профессиональные организации и ассоциации PR в разных странах мира.
10. Возникновение связей с общественностью как социального института.
11. Связи с общественностью как функция менеджмента.
12. Современный специалист в области связей с общественностью.
13. Связи с общественностью как профессиональная деятельность.
14. Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
15. Национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.
16. Этика профессионального поведения.
17. Организация работы отдела по связям с общественностью.
18. Спонсорство.
19. Корпоративная культура.
20. Управление имиджем организации.
21. Имидж политического деятеля и его поддержание средствами связей с общественностью.
22. Маркетинговые исследования в сфере связей с общественностью.
23. Функции специалистов по связям с общественностью в кризисных ситуациях.
24. Принципы и способы взаимодействия связей с общественностью и средствами массовой информации.
25. Фирменный стиль организации.
26. Проведение кампаний по связям с общественностью.
27. Роль политических публичных рилейшнз в манипулировании массовым сознанием и поведением.
28. Организация избирательной кампании.
29. Связи с общественностью в коммерческом секторе.
30. Фандрайзинг как технология связей с общественностью.

31. Связи с общественностью в государственном управлении.
32. Связи с общественностью в некоммерческих организациях.
33. Управление процессом публичных рилейшнз.
34. Внутрикорпоративные коммуникации и отношения с персоналом.
35. Связи с общественностью и искусство убеждения.
36. Организация специальных событий.
37. Сайт организации как форма продвижения имиджа.
38. Связи с общественностью в маркетинговых коммуникациях.
39. Регулирование деятельности в сфере связей с общественностью: правовое обеспечение связей с общественностью.

Задания и вопросы для проведения текущего и промежуточного контроля

Материалы, устанавливающие содержание и порядок проведения промежуточных аттестаций

Формы контроля при изучении дисциплины: текущий контроль, промежуточный контроль по модулю, итоговая аттестация по дисциплине.

По результатам текущего и промежуточного контроля составляется академический рейтинг студента по каждому модулю и выводится средний рейтинг по всем модулям.

Текущий контроль - все виды аудиторной и внеаудиторной работы студентов по данному дисциплинарному модулю, результаты которой оцениваются до промежуточного контроля.

Промежуточный контроль - это проверка полноты знаний по освоенному материалу дисциплинарного модуля.

Итоговая аттестация - это подведение итогов текущей работы и промежуточных контролей по дисциплинарным модулям.

По результатам итоговой аттестации студенту засчитывается трудоемкость дисциплины в дисциплинарных модулях, выставляется дифференцированная отметка в принятой системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по данной дисциплине.

Вопросы к экзамену по курсу

1. Задачи рекламного текста.
2. Особенности текста на вывесках и в витринах.
3. Текст на постройках и сооружениях, типы нанесения и основные требования.
4. Текстовое сопровождение логотипов.
5. Что относится к малым рекламным жанрам?
6. Пуф-реклама и ее уместное использование.
7. Подбор лексики к рекламным комиксам.
8. Шаблоны и их использование в рекламе.
9. Способы минимизации текста.
10. Ономастика и нейминг.
11. Цели, мотивы, потребности и их отражение в рекламном тексте
12. Структура рекламной статьи.
13. Критерии оценки рекламной статьи.
14. Отличие рекламной статьи логического воздействия от рекламной статьи психологического воздействия.
15. Императив и его использование в рекламных и PR-текстах.
16. Эффективность риторического вопроса
17. Негативные и позитивные ассоциации слова.
18. Речевая выразительность тропов
19. Речевая выразительность фигур.
20. Роль метафоры в рекламных и PR-текстах.
21. Метонимия, ее разновидности, использование в рекламных и PR-текстах.
22. Два вида фигур и их разновидности.

23. Сообщение и уступка, их использование в рекламных и PR-текстах.
24. Фигуры украшения и их использование в рекламных и PR-текстах.
25. Анафора, эпифора, симплока и их использование в рекламных и PR-текстах.
26. Инверсия и эллипсис, их использование в рекламных и PR-текстах.
27. Многосоюзие и бессоюзие, их использование в рекламных и PR-текстах.
28. Антонимы и их использование в рекламных и PR-текстах.
29. Оксюморон и его использование в рекламных и PR-текстах.
30. Правила составления информационного письма.
31. Правила составления пресс-релиза.
32. Контекстная и баннерная реклама в Интернет. Работа с тэгами.
33. Использование контента на веб-сайтах в рекламных и PR-целях.
34. Использование блогов и социальных сетей в рекламных и PR-целях.

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Контроль за ходом учебного процесса и успеваемостью студентов в ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет» осуществляется посредством модульно-рейтинговой системы. Учебный рейтинг студента – это показатель успеваемости студента в баллах, это суммарная оценка за его текущую учёбу, уровень посещаемости занятий, научную и творческую деятельность, результаты рубежного (модульная работа) и итогового (экзамен) контроля.

Учебный рейтинг студента определяется посредством трёх видов контроля: текущего контроля, рубежного контроля и итогового контроля.

Текущий контроль – это систематическое отслеживание уровня усвоения материала на семинарских занятиях, а также выполнение интерактивных заданий, участие с докладом на студенческих конференциях, подготовка презентации с использованием наглядного материала и т.д.

Рубежный контроль проводится по окончании дисциплинарного модуля (раздела) с целью выявления уровня знаний и компетенций студентов. Рубежный контроль может проводиться в форме письменной контрольной работы, устного опроса, тестирования, коллоквиума и т.д. или сочетания двух или нескольких из этих форм.

Итоговый контроль знаний, умений и компетенций студентов, формируемых дисциплиной «Социальная защита и социальное обслуживание населения», проводится в виде зачета в форме письменной работы, устного опроса или компьютерного тестирования.

Критерии оценки знаний студентов

100 баллов – студент показал глубокие и систематизированные знания учебного материала по теме; глубоко усвоил учебную литературу; хорошо знаком с научной литературой; активно использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов на всём протяжении семинарского занятия; умеет глубоко и всесторонне анализировать те или иные исторические события; в совершенстве владеет соответствующей терминологией; материал излагает чётко и лингвистически грамотно; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, проводить параллели и самостоятельно рассуждать.

90 баллов – студент показал полные знания учебно-программного материала по теме; хорошо усвоил учебную литературу; знаком с научной литературой; использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов; проявил способность к научному анализу материала; хорошо владеет соответствующей терминологией; материал излагается последовательно и логично; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, рассуж-

дать; показал высокий уровень исполнения заданий, но допускает отдельные неточности общего характера.

80 баллов – студент показал достаточно полное знание учебно-программного материала; усвоил основную литературу, рекомендованную программой; владеет методом комплексного анализа; показал способность аргументировать свою точку зрения с использованием материала из первоисточников; правильно ответил практически на все вопросы преподавателя в рамках обсуждаемой темы; систематически участвовал в групповых обсуждениях; не допускал в ответе существенных неточностей.

70 баллов – студент показал достаточно полное знание учебного материала, не допускал в ответе существенных неточностей, активно работал на семинарском занятии, показал систематический характер знаний по дисциплине, цитирует первоисточники, но не может теоретически обосновать некоторые выводы.

60 баллов – студент обладает хорошими знаниями по всем вопросам темы семинарского занятия, не допускал в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнил основные предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, отличается достаточной активностью на семинарском занятии; умеет делать выводы без существенных ошибок, но при этом не дан анализ информации из первоисточников.

50 баллов – студент усвоил лишь часть программного материала, вместе с тем ответ его стилистически грамотный, умеет логически рассуждать; допустил одну существенную или несколько несущественных ошибок; знает терминологию; умеет делать выводы и проводить некоторые параллели.

40 баллов – студент знает лишь часть программного материала, не отличался активностью на семинарском занятии; усвоил не всю основную литературу, рекомендованную программой; нет систематического и последовательного изложения материала; в ответах допустил достаточное количество несущественных ошибок в определении понятий и категорий, дат и т.п.; умеет делать выводы без существенных ошибок; наличие грамматических и стилистических ошибок и др.

30 баллов – студент имеет недостаточно полный объём знаний в рамках образовательного стандарта; знает лишь отдельные вопросы темы, кроме того допускает серьёзные ошибки и неточности; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

20 баллов – у студента лишь фрагментарные знания или отсутствие знаний по значительной части заданной темы; не знает основную литературу; не принимал участия в обсуждении вопросов по теме семинарского занятия; допускал существенные ошибки при ответе; студент не умеет использовать научную терминологию дисциплины; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

10 балл — отсутствие знаний по теме или отказ от ответа.

Рейтинговые показатели студента определяются следующим образом:

Каждый из трёх видов учебного контроля – текущий, рубежный и итоговый – основаны на 100 бальной системе оценивания уровня усвоения студентами программного материала. В том числе каждый ответ студента на семинарском занятии, независимо от его формы, оценивается по 100 бальной шкале, а при подведении итогов выводится средний рейтинговый балл по текущему контролю.

Например, студент по первому модулю набрал за текущую работу 70 баллов (при максимуме в 100 баллов), а на рубежном контроле 80 баллов (при максимуме в 100 баллов). Тогда средний рейтинговый балл по первому дисциплинарному модулю составит 75 баллов ($70 \times 0,5 + 80 \times 0,5 = 75$ баллов). По второму модулю студент набрал 85 баллов. В таком случае средний балл студента по итогам изучения двух дисциплинарных модулей т.е. промежуточной аттестации (промежуточного контроля) составит 80 баллов ($75 \times 0,5 + 85 \times 0,5 = 80$).

Экзамен или итоговый контроль преследует цель оценить работу студента за курс или семестр, уровень его теоретических знаний, умение анализировать информацию, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы. Экзамен может

проводиться в форме компьютерного тестирования, либо по билетам в устной или письменной форме. Ответ студента на экзамене оценивается также по 100 бальной шкале.

Учебный рейтинг студента определяется по сумме промежуточной аттестации (промежуточного контроля) и экзамена (итогового контроля). Например, студент по результатам промежуточного контроля получил 80 баллов, а на экзамене – 90 баллов. В таком случае рейтинг студента составит 85 баллов.

$$80 \times 0,5 + 90 \times 0,5 = 85$$

Шкала диапазона для перевода рейтингового балла по дисциплине с учётом итогового контроля в «5»- бальную систему.

0 – 50 баллов – «неудовлетворительно»;

51 – 65 баллов – «удовлетворительно»;

66 – 85 баллов – «хорошо»;

86 – 100 баллов – «отлично».

Критерии оценки знаний студентов

100 баллов – студент показал глубокие и систематизированные знания учебного материала по теме; глубоко усвоил учебную литературу; хорошо знаком с научной литературой; активно использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов на всём протяжении семинарского занятия; умеет глубоко и всесторонне анализировать те или иные события; в совершенстве владеет соответствующей терминологией; материал излагает чётко и лингвистически грамотно; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, проводить параллели и самостоятельно рассуждать.

90 баллов – студент показал полные знания учебно-программного материала по теме; хорошо усвоил учебную литературу; знаком с научной литературой; использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов; проявил способность к научному анализу материала; хорошо владеет соответствующей терминологией; материал излагается последовательно и логично; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, рассуждать; показал высокий уровень исполнения заданий, но допускает отдельные неточности общего характера.

80 баллов – студент показал достаточно полное знание учебно-программного материала; усвоил основную литературу, рекомендованную программой; владеет методом комплексного анализа; показал способность аргументировать свою точку зрения с использованием материала из первоисточников; правильно ответил практически на все вопросы преподавателя в рамках обсуждаемой темы; систематически участвовал в групповых обсуждениях; не допускал в ответе существенных неточностей.

70 баллов – студент показал достаточно полное знание учебного материала, не допускал в ответе существенных неточностей, активно работал на семинарском занятии, показал систематический характер знаний по дисциплине, цитирует первоисточники, но не может теоретически обосновать некоторые выводы.

60 баллов – студент обладает хорошими знаниями по всем вопросам темы семинарского занятия, не допускал в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнил основные предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, отличается достаточной активностью на семинарском занятии; умеет делать выводы без существенных ошибок, но при этом не дан анализ информации из первоисточников.

50 баллов – студент усвоил лишь часть программного материала, вместе с тем ответ его стилистически грамотный, умеет логически рассуждать; допустил одну существенную или несколько несущественных ошибок; знает терминологию; умеет делать выводы и проводить некоторые параллели.

40 баллов – студент знает лишь часть программного материала, не отличался активностью на семинарском занятии; усвоил не всю основную литературу, рекомендованную

программой; нет систематического и последовательного изложения материала; в ответах допустил достаточное количество несущественных ошибок в определении понятий и категорий, дат и т.п.; умеет делать выводы без существенных ошибок; наличие грамматических и стилистических ошибок и др.

30 баллов – студент имеет недостаточно полный объём знаний в рамках образовательного стандарта; знает лишь отдельные вопросы темы, кроме того допускает серьёзные ошибки и неточности; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

20 баллов – у студента лишь фрагментарные знания или отсутствие знаний по значительной части заданной темы; не знает основную литературу; не принимал участия в обсуждении вопросов по теме семинарского занятия; допускал существенные ошибки при ответе; студент не умеет использовать научную терминологию дисциплины; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

10 балл — отсутствие знаний по теме или отказ от ответа.

Рейтинговые показатели студента определяются следующим образом:

Каждый из трёх видов учебного контроля – текущий, рубежный и итоговый – основаны на 100 бальной системе оценивания уровня усвоения студентами программного материала. В том числе каждый ответ студента на семинарском занятии, независимо от его формы, оценивается по 100 бальной шкале, а при подведении итогов выводится средний рейтинговый балл по текущему контролю.

Например, студент по первому модулю набрал за текущую работу 70 баллов (при максимуме в 100 баллов), а на рубежном контроле 80 баллов (при максимуме в 100 баллов). Тогда средний рейтинговый балл по первому дисциплинарному модулю составит 75 баллов ($70 \times 0,5 + 80 \times 0,5 = 75$ баллов). По второму модулю студент набрал 85 баллов. В таком случае средний балл студента по итогам изучения двух дисциплинарных модулей т.е. промежуточной аттестации (промежуточного контроля) составит 80 баллов ($75 \times 0,5 + 85 \times 0,5 = 80$).

Экзамен или итоговый контроль преследует цель оценить работу студента за курс или семестр, уровень его теоретических знаний, умение анализировать информацию, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы. Экзамен может проводиться в форме компьютерного тестирования, либо по билетам в устной или письменной форме. Ответ студента на экзамене оценивается также по 100 бальной шкале.

Учебный рейтинг студента определяется по сумме промежуточной аттестации (промежуточного контроля) и экзамена (итогового контроля). Например, студент по результатам промежуточного контроля получил 80 баллов, а на экзамене – 90 баллов. В таком случае рейтинг студента составит 85 баллов. - $80 \times 0,5 + 90 \times 0,5 = 85$

Шкала диапазона для перевода рейтингового балла по дисциплине с учётом итогового контроля в бальную систему.

0 – 50 баллов – «незачет»;

51 –100 баллов – «зачет»;

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

а) основная литература:

1. Ученова В. В. История рекламы : учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : ил. - ISBN 978-5-23801462-3. - [Электронный ресурс].— Режим доступа: [/biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298)

2. Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Савельева О.О., Трубникова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 452 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85355.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>

4. Буданцев Ю. П. Социология средств массовой коммуникации. М., 2012.

б) дополнительная литература:

5. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М. Бочаров; С. Самойленко. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: [http:// biblioclub.ru/index.php? page=book &id=442983](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983)

6. Марочкина С. С. Введение в специальность : реклама / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; С.С. Марочкина; Л.М. Дмитриева; Е.В. Азарова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-23801657-3. - Электронный ресурс. - Режим доступа. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>

7. Конечкая В. П. Социология коммуникации: Учебник. М., 2014.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека он-лайн» (архив): www.biblioclub.ru

2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. <http://window.edu.ru/>

3. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 – . Режим доступа: [http:// elibrary. ru/defaultx. asp](http://elibrary.ru/defaultx.asp)– Яз. рус., англ.

4. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных со-держит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/ Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2010 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный. Информационный портал Elsevier в России <http://elsevierscience.ru>

5. Информационный портал НЭИКОН <http://www.neicon.ru>

6. Информационный портал «Университетская информационная Россия» <http://uisrussia.msu.ru>

7. Информационный портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru>

8. Научная электронная библиотека «Киберленинка» <http://cyberlenin-ka.ru/>

9. <http://elib.dgu.ru/?q=node/876> - Научная библиотека ДГУ

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

11. www.biblioclub.ru - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн (архив)»

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Важнейшей задачей учебного процесса в университете является формирование у студента общекультурных и профессиональных компетенций, в том числе способностей к саморазвитию и самообразованию, а также умений творчески мыслить и принимать решения на должном уровне. Выработка этих компетенций возможна только при условии активной учебно-познавательной деятельности самого студента на всём протяжении образовательного процесса с использованием интерактивных технологий.

Такие виды учебно-познавательной деятельности студента как лекции, семинарские занятия и самостоятельная работа составляют систему вузовского образования.

Лекция является главным звеном дидактического цикла обучения в отечественной высшей школе. Несмотря на развитие современных технологий и появление новых методик обучения лекция остаётся основной формой учебного процесса. Она представляет собой последовательное и систематическое изложение учебного материала, разбор какой-либо узловой проблемы. Вузовская лекция ориентирована на формирование у студентов информативной основы для последующего глубокого усвоения материала методом само-

стоятельной работы, призвана помочь студенту сформировать собственный взгляд на ту или иную проблему.

Одной из важнейших составляющих вузовского образования является **семинарское занятие**, которое представляет собой одну из форм практических занятий. Семинарские занятия способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем дисциплины и являются одной из основных форм подведения итогов самостоятельной работы студентов. На семинарских занятиях студенты учатся грамотно излагать свои мысли и суждения, вести дискуссию по тем или иным проблемам, убеждать оппонента и опровергать его доводы, доказывать и отстаивать свою точку зрения, отстаивать свои убеждения и мировоззренческие взгляды.

Рейтинговый балл студента на каждом занятии зависит от его инициативности, качества выполненной работы, аргументированности выступления, характера использованного материала и т.д. Уровень усвоения материала напрямую зависит от внеаудиторной самостоятельной работы, которая традиционно такие формы деятельности, как выполнение письменного домашнего задания, подготовка к разбору ранее прослушанного лекционного материала на семинарском занятии, подготовка доклада и выполнение реферата.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Информационные средства обучения: электронные учебники, учебные фильмы по тематике дисциплины, презентации, технические средства предъявления информации (многофункциональный мультимедийный комплекс) и контроля знаний (тестовые системы). Электронные ресурсы Научной библиотеки ДГУ.

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем для освоения данного курса:

1. Электронный периодический справочник «Система Гарант».
2. Справочная правовая система «КонсультантПлюс»
3. Statistica Education
4. CorelDraw

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Реализация учебной дисциплины требует наличия типовой учебной аудитории с возможностью подключения технических средств: аудиовизуальных, компьютерных и телекоммуникационных (*лекционная аудитория № 21, оборудованная многофункциональным мультимедийным комплексом, видеомонитором и персональным компьютером*).