

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № _10_ от _30.05.2023_

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор
Авдашкевич С.В.
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	ФТД.В.02 Копирайтинг
Направление подготовки:	46.03.02 Документоведение и архивоведение
Направленность (профиль):	«Документоведение и документационное обеспечение управления»
Уровень высшего образования:	бакалавриат
Программа:	Прикладного бакалавриата
Форма обучения:	заочная
Разработчики:	Кандидат социологических наук, доцент Черных А. Б.

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью преподавания курса является подготовка специалиста, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами коммерческих коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.

Задачи изучения дисциплины:

1. дать представление о сущности копирайтинга, его месте;
2. определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
3. познакомить с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления;
4. сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;
5. познакомить с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела.
6. научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;
7. сформировать навыки критического анализа рекламных компаний, проходящих в регионе и научить особо выделять в них работу копирайтеров, ее сильные и слабые стороны;
8. сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Содержание компетенции
ПК-30	способностью организовывать работу службы документационного обеспечения управления и архивного хранения документов

Планируемые результаты обучения:

Код компетенции	Основные признаки освоения		
	Знать	Уметь	Владеть
ПК-30	основные факты документоведческих и архивоведческих дисциплин	разрабатывать методики преподавания документоведческих и архивоведческих дисциплин	способностью и готовностью разрабатывать методику преподавания документоведческих и архивоведческих дисциплин

3. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Копирайтинг» входит в Вариативную часть образовательной программы высшего образования по направлению 46.03.02 Документоведение и архивоведение направленность (профиль) «Документоведение и документационное обеспечение управления».

При изучении данной дисциплины обучающийся использует знания, умения и навыки, которые формируются в процессе изучения следующих дисциплин (практик):

Основы менеджмента, Архив организации, Социология управления

Знания, умения и навыки, приобретенные в процессе изучения данной дисциплины, будут использованы обучающимся при изучении дисциплин (практик):

Организационное проектирование в сфере документационного обеспечения управления,

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Информационное обеспечение управления, Управление персоналом организации, Управление человеческими ресурсами, Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Производственная практика: преддипломная практика

4. Объем дисциплины

Заочная форма обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		4
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
В том числе:		
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	58	58
В том числе:		
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	58	58
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
Контактная работа (КоР)	10	10
Форма промежуточной аттестации		Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	72/2	72/2

* - подготовка к аудиторным занятиям.

5. Содержание дисциплины

Заочная форма обучения:

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка*
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР		
			Лек	Пр	Лаб			
1	Понятие "копирайтинг". Рекламные тексты как предмет изучения.	4	2	0	0	8	2	
2	Основа для создания рекламного и PR-текстов	4	0	0	0	8	2	
3	Рекламный концепт в рекламных сообщениях. Слоган в рекламе.	4	0	2	0	8	2	
4	Рекламный текст как коммуникативная единица	4	2	0	0	8	2	
5	Типовые и креативные стратегии создания рекламного текста.	4	0	2	0	8	2	
6	Пуф-реклама	4	0	0	0	9	2	
7	Ономастика в рекламе	4	0	0	0	9	2	
Итого:			4	4	0	58	14	

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия обучающихся, курсовая работа	Компетенции	Оценочное средство текущего контроля
1	2	3	4
Тема 1: "Понятие "копирайтинг". Рекламные тексты как предмет изучения.":	Ключевые понятия и основная терминология. «Копирайтинг», «спичрайтинг», «PR-текст» в системе коммуникаций компании. Многообразие рекламных текстов: тексты для печатной рекламы, для радио- и телерекламы, рекламные тексты в интерактивных СМИ. Междисциплинарный характер копирайтинга. Влияние экстралингвистических факторов на понимание рекламного текста. Когнитивная модель обработки текста. Рекламные тексты как предмет изучения Практические занятия/Самостоятельная работа: - Лабораторная работа: -	ПК-30	Задание творческого уровня №1
Тема 2: "Основа для создания рекламного и PR-текстов":	Коммуникативная функция рекламного и PR-текстов. Позиционирующая и дифференцирующая функции рекламного и PR-текстов. Отличие журналистского текста от рекламного и PR-текстов. Рекламные объявления и сообщения. Виды рекламных сообщений (реклама перечня, предлагающая, поощряющая, имиджевая, прививочная, опровергающая, трансформирующая, сравнительная). Общая характеристика структурной организации рекламных текстов. Практические занятия/Самостоятельная работа: - Лабораторная работа: -	ПК-30	Задание творческого уровня №2
Тема 3: "Рекламный концепт в рекламных сообщениях. Слоган в рекламе.":	Слоган: общая характеристика, функциональная нагрузка, оптимальная длина грамматической конструкции, основные требования. Стилистические приемы как средство усиления запоминаемости слогана. Рекламный заголовок: его значение, функции. Классификации рекламных заголовков. Содержательная видовая характеристика рекламных заголовков, специфика использования различных моделей в зависимости от рекламной стратегии. Формальные признаки в рекламных заголовках: длина, морфологические характеристики, выбор шрифта и цвета, использование различных знаковых систем и их комбинаций. Общая характеристика основного рекламного текста (ОРТ). Использование вербальных коммуникативных стратегий в ОРТ. Иконичный тип коммуникативной стратегии ОРТ. Смешанный тип коммуникативных стратегий ОРТ. Модели конструирования ОРТ. Эхо-фраза: формы присутствия в рекламе, основные и дополнительные функции. Двойная вербальная нагрузка эхо-фразы. Приемы составления эхо-фразы Практические занятия/Самостоятельная работа: Практикум: приемы составления эхо-фразы Лабораторная работа: -	ПК-30	Доклады №1
Тема 4: "Рекламный текст как коммуникативная единица":	Рекламные техники коммуникационных стратегий. Понятие о концепциях апеллирования в рекламных текстах. Рекламное обращение как отражение стратегий учета потребностей человечества. Метафора как основа рекламного текста. Практические занятия/Самостоятельная работа: - Лабораторная работа: -	ПК-30	Контрольная работа №1
Тема 5: "Типовые и креативные стратегии создания рекламного текста.":	Осознанные и латентные потребности. Простые и сложные виды апеллирования в рекламных текстах. Перевод потребностей в мотивационные рекламные структуры. Апеллирование как часть рекламных коммуникативных стратегий. Дока-	ПК-30	Доклады №2

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

	<p>зательные схемы рекламного тезиса. Виды рекламных аргументов и специфика их использования. Эмоциональные и рациональные аргументы: их соотношение. Понятие контраргументации в рекламе. Техника введения в текст контраргументов. Мифотехнологии в рекламе. Основные архетипические образы, используемые в рекламе. Миф как способ организации восприятия реальности. «Общечеловеческие ценности» как основа создания мифологических образов в рекламе. «Риторические фигуры» (Р.Барт) мифотворчества, используемые в рекламе: отождествление, лишение истории, квантификация, «присоединение». Легендирование рекламного текста.</p> <p>Практические занятия/Самостоятельная работа: Типовые и креативные стратегии создания рекламного текста.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>		
Тема 6: "Пуф-реклама":	<p>Пуф-реклама (от англ. puff): обманная, «дугая» реклама, то есть сообщение, имеющее мало общего с действительностью, и преследующее своей целью завладеть вниманием потенциального покупателя и внушить ему необходимость сделать выбор в пользу того или иного магазина, той или иной марки и т. д. Пуф – недобросовестная и недостоверная реклама. Использование суперлатива (языкового приема, который сводится к манипулированию числами). Стимулирование любопытства у потребителя. Пуф-реклама</p> <p>Практические занятия/Самостоятельная работа: -</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	ПК-30	Задание творческого уровня №3
Тема 7: "Ономастика в рекламе":	<p>Ономастика: наука об именах и названиях, которая изучает пути и механизмы их создания. На базе этой науки: нейминг (от англ. to name – называть), создание рекламного имени. Матрица рекламного имени Классы называемых объектов и соответствующие им ономастические разряды, значимые для нейминга и коммерции в целом: наименования документов и законов – документонимы, наименования различных предметных (вещных) товаров – хремотонимы, словесные товарные знаки – прагматонимы (прагмонимы), наименования медиа-органов – гемеронимы, наименования организаций (учреждений, предприятий и их союзов) – эргонимы. Формирование указанных наименований происходит всегда за счет использования онимов, обозначающих объекты из прочих классов: антропонимы, зоонимы, фитонимы, топонимы, астронимы, геортонимы, порейон. Нейминг как процедура копирайтинга.</p> <p>Практические занятия/Самостоятельная работа: -</p> <p>Лабораторная работа: -</p>	ПК-30	Опрос №1; Задание творческого уровня №4
Курсовая работа	Не предусмотрено учебным планом		

6. Формы проведения занятий

При реализации дисциплины применяются инновационные формы учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества.

Заочная форма обучения:

№ п/п	Наименование темы/ лекционного (практического) занятия	Тип занятия	Кол-во часов	Форма проведения занятий
1	Рекламный концепт в рекламных сообщениях. Слоган в рекламе.: Рекламный концепт в рекламных сообщениях. Слоган в рекламе.	Пр	2	Конференция

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

2	Типовые и креативные стратегии создания рекламного текста.: Типовые и креативные стратегии создания рекламного текста.	Пр	2	Дискуссия
---	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	---	-----------

7. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492732>

2. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14550-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490135>

3. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510131>

Дополнительная литература:

1. Познин, В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика : учебник и практикум для вузов / В. Ф. Познин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00656-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490118>

2. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519840>

3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489057>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение

Дополнительно при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются:

1. LMS Moodle
2. Вебинарная платформа

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru/>. - Текст: электронный
4. eLibrary.ru : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arhiv.naicn.ru. - Текст: электронный
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>. - Текст: электронный
9. PR в России [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.prjournal.ru>. - Текст: электронный
10. Sostav [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.sostav.ru/>. - Текст: электронный
11. AdIndex.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://adindex.ru/>. - Текст: электронный
12. Реклама в России [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.rwr.ru/>. - Текст: электронный
13. Young Journalists [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://yojo.ru/>. - Текст: электронный
14. Текстология.ру [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.textologia.ru/>. - Текст: электронный

11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованные: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенного специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской.

Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, программным обеспечением.

При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет,

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением. Авторизация на информационно-образовательном портале Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля).

12. Оценочные материалы по дисциплине

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Заочная форма обучения:

Код компетенции	Название дисциплины	Форма Промежуточной аттестации	Семестр/курс	Этап Формирования компетенции
ПК-30	Основы менеджмента	экзамен	2	1
ПК-30	Архив организации	экзамен	3	2
ПК-30	Социология управления	зачет	4	3
ПК-30	Копирайтинг	зачет	4	3
ПК-30	Организационное проектирование в сфере документационного обеспечения управления	экзамен	4	3
ПК-30	Информационное обеспечение управления	зачет	4	3
ПК-30	Управление персоналом организации	экзамен	4	3
ПК-30	Управление человеческими ресурсами	экзамен	4	3
ПК-30	Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности	зачет с оценкой	4	3
ПК-30	Информационное обеспечение управления	экзамен	5	4
ПК-30	Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	зачет с оценкой	5	4
ПК-30	Производственная практика: преддипломная практика	зачет с оценкой	5	4

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения дисциплины, описание шкал оценивания

2.1 Текущий контроль

ЗАДАНИЯ ТВОРЧЕСКОГО УРОВНЯ

Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Показатели и критерии оценивания заданий творческого уровня

№ п/п	Показатели оценки	Критерии оценки
Базовая система знаний		
1	степень понимания студентом учебного материала	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « выполнен - не выполнен », что соответствует следующему распределению баллов « 1 балл - 0 баллов »
2	теоретическая обоснованность решений, лежащих в основе замысла и воплощенных в результате	
3	научность подхода к решению задания	
4	владение терминологией	
Творческая часть		
1	оригинальность замысла	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « выполнен - выполнен частично - не выполнен », что соответствует следующему распределению баллов « 2 балла - 1 балл - 0 баллов »
2	уровень новизны: комбинация ранее известных способов деятельности при решении новой проблемы /преобразование известных способов при решении новой проблемы/новая идея	
3	характер представления результатов (наглядность, оформление и др.).	

Шкала оценивания творческого задания

Зависимость баллов и уровня сформированности компетенции на данном этапе изучения дисциплины за творческое задание представлены в следующей таблице:

Баллы в БРС Университета	10-9	8-7	6-5	Менее 5
Уровень сформированности компетенции	Повышенный	Высокий	Пороговый	Не сформированы

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная письменная аналитическая работа студента, которая способствует закреплению и систематизации знаний по одной или нескольким темам дисциплины. Цель контрольной работы – получить специальные знания и продемонстрировать навыки их практического применения.

Контрольная работа оценивается по следующим показателям:

1. Выполнение работы в полном объеме и без ошибок;
2. Зрелая, творческая, полностью самостоятельная работа;
3. Выполнение работы в соответствии с требованиями к оформлению.

Критерии оценивания контрольной работы

Полное, правильное и обоснованное решение; полностью самостоятельная работа; работа выполнена в соответствии с требованиями к оформлению	10 баллов
Решение в целом правильное и обоснованное, но допущены незначительные ошибки либо решение является неполным, допускается незначительная подсказка со стороны преподавателя; работа выполнена в соответствии с требованиями к оформлению	8 баллов
Решение содержит обоснование, ход рассуждений в целом верный, но при этом допущены существенные ошибки, студент продемонстрировал недостаточное умение правильно применять знания, полученные в процессе изучения дисциплины, либо работа выполнена при существенной помощи преподавателя; работа выполнена с некоторыми нарушениями требований к оформлению	6 баллов
Отсутствует решение задачи, либо отсутствует обоснование решения, либо решение содержит обоснование, но допущены грубые ошибки, приведшие к абсолютно неверной квалификации; работа выполнена без учета требований к оформлению	0 баллов

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Шкала оценивания контрольной работы

Баллы в БРС Университета	10	8	6	0
Уровень сформированности компетенции	Повышенный	Высокий	Пороговый	Не сформированы

ДОКЛАД

Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Показатели и критерии оценивания доклада

№ п/п	Показатели оценки	Критерии оценивания
1	Структура (количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления, например: для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов, включая титульный слайд и слайд с выводами)	Каждый из предложенных показателей оценивается по критерию « выполнен - частично выполнен - не выполнен », что соответствует следующему распределению баллов « 2 балла - 1 балл - 0 баллов »
2	Наглядность (иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается, например: используются средства наглядности информации в виде таблиц, схем, графиков и т. д.)	
3	Дизайн и настройка (оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления)	
4	Содержание (презентация отражает основные этапы исследования – проблему, цель, гипотезу, ход выполнения работы, выводы, т. е. содержит полную, понятную информацию по теме доклада при наличии орфографической и пунктуационной грамотности)	
5	Требования к выступлению (выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал, выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории, выступающий точно укладывается в рамки регламента).	

Шкала оценивания доклада

Зависимость баллов и уровня сформированности компетенции на данном этапе изучения дисциплины за доклад представлены в следующей таблице:

Баллы в БРС Университета	10-9	8-7	6-5	Менее 5
Уровень сформированности компетенции	Повышенный	Высокий	Пороговый	Не сформированы

2.2 Курсовая работа

Не предусмотрена учебным планом.

2.3 Промежуточная аттестация в форме зачета

Зачёт – форма проверки знаний обучающихся. При успешном прохождении зачёта в ведомость и зачётную книжку ставится пометка об успешном прохождении испытания по дисциплине или её разделу. В ходе зачёта учитывается уровень знания, умения и владения обучающегося по изучаемой дисциплине.

Показателями и критериями оценивания учебных достижений по дисциплине (выставлении отметки о зачете) являются результаты текущего контроля.

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачётом без оценки

Баллы по дисциплине*	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине*	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

*Оценка, полученная студентом за промежуточную аттестацию, выставляется с учетом баллов, полученных за текущий контроль (сумма баллов за зачет и текущий контроль).

2.4 Промежуточная аттестация в форме экзамена

Не предусмотрена учебным планом.

2.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, сформированных дисциплиной

После выполнения студентом всех видов оценочных средств, указанных в рабочей программе дисциплины, производится оценка уровня сформированности компетенций по дисциплине:

Код компетенции	Уровень сформированности компетенции	Основные признаки освоения компетенций		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-30	Пороговый	основные факты документоведческих и архивоведческих дисциплин; о лексических, орфоэпических, грамматических и стилистических нормах речи (в устной и письменной форме).	Разрабатывать планы методик преподавания документоведческих и архивоведческих дисциплин использовать научную литературу для создания разных типов и видов публикаций, рекламы и PR-текстов.	Начальной способностью и готовностью разрабатывать методику преподавания документоведческих и архивоведческих дисциплин методами и технологиями правки текстов
	Высокий	факты документоведческих и архивоведческих дисциплин правила составления библиографических и архивных обзоров;	Разрабатывать основы методики преподавания документоведческих и архивоведческих дисциплин оценивать возможности звучащей и письменной речи, умелого, точного употребления слова в тексте;	способностью и готовностью разрабатывать методику преподавания документоведческих и архивоведческих дисциплин способностью применять понятийный аппарат практической и функциональной стилистики к анализу и редактированию текстов и документов.
	Повышенный	углубленные факты документоведческих и архивоведческих дисциплин основы рефериро-	разрабатывать методики преподавания документоведческих и архивоведческих дисциплин	Углубленной способностью и готовностью разрабатывать методику преподавания документоведческих и архиво-

46.03.02 Документоведение и архивоведение, направленность «Документоведение и документационное обеспечение управления»

Программа прикладного бакалавриата

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: ФТД.В.02 Копирайтинг

Форма обучения: заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

		вания и аннотирования научной литературы, создания текстов любой сложности.		ведческих дисциплин полным объемом терминологии по дисциплине; навыками литературного редактирования, копирайтинга; высоким уровнем гуманитарной образованности для ведения всех видов редактирования текстов; способностью создания публицистических, научных и официально-деловых текстов.
--	--	-----------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

Методика формирования оценки по дисциплине. Успеваемость студента оценивается в баллах и состоит из:

- суммы баллов за выполнение заданий текущего контроля (обучающийся может получить в сумме не более 70 баллов);

- баллов за посещаемость (не более 10 баллов);

- баллов за активность на занятиях (занятия в интерактивной форме – п. 6. Формы проведения занятий), выполнение дополнительных заданий и пр. по усмотрению преподавателя, ведущего дисциплину – премиальные баллы (не более 20 баллов).

Полученные итоговые баллы по дисциплине переводятся в оценку по традиционной пятибалльной шкале оценивания и по 100-балльной шкале оценок Европейской системы перевода и накопления баллов (ECTS) в соответствии с таблицами, представленными в п. Таблицами. 1, 2. Оценки в пятибалльной шкале выставляются в ведомости и зачетные книжки, в 100-балльной – в ведомости.

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета (Положение «О текущем контроле успеваемости, промежуточной аттестации и балльно-рейтинговой системе оценки учебных достижений студентов», Положение «Об оценочных средствах», Положение «О контроле самостоятельности выполнения письменных работ обучающимися университета с использованием системы «Антиплагиат ВУЗ» и др.).

Уровень сформированности компетенции № 1 (№ N) определяется перечнем оценочных средств:

Оценочное средство (в том числе экзамен, зачет с оценкой при наличии)	Уровень сформированности компетенции*			Средний уровень сформированности компетенций по каждому оценочному средству
	Студент №1	...	Студент № N	
.....			
Итоговый уровень:			

* пороговый, высокий или повышенный

Итоговый (общий/средний) уровень рассчитывается как среднее арифметическое с округлением в сторону более высокого уровня.

Далее делается вывод об общем уровне освоения компетенций студентами в ходе изучения дисциплины:

Оценочный лист по дисциплине

ФИО студента	Уровень сформированности компетенций								
	Общекультурные компетенции			Общепрофессиональные компетенции			Компетенции по видам деятельности		
	№ 1	№ N	Уровень сформированности общекультурных компетенций	№ 1	№ N	Уровень сформированности общепрофессиональных компетенций	№ 1	№ N	Уровень сформированности компетенций по виду деятельности № 1
Студент № 1									
Студент № 2									
.....									

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Задания творческого уровня №1

1. Составить текст о себе из 10-15 предложений, наиболее полно раскрывающих информацию о студенте.
2. Адресат теста может быть различным по выбору студента: потенциальный работодатель; заказчик/партнер; западный ВУЗ - место, будущее стажировки и т. д.

Задания творческого уровня №2

1. Охарактеризуйте понятие «копирайтинг». Какова сфера его применения?
2. Назовите основные задачи копирайтинга?
3. Копирайтинг и креатив? Как связаны эти два понятия?
4. Основные требования к креатору?

Задания творческого уровня №3

Студентам необходимо разработать слоган для группы товаров: «молочный йогурт».

1. Кратко охарактеризовать специфику этого товара, конкурентные преимущества, рекомендации по проведению рекламной кампании при выведении продукта на региональный рынок.
2. Придумать слоган к группе товаров «молочный йогурт», не используя слова при этом являющиеся штампами («вкус», «молочный», «сливочный» и т. д.)
3. Презентовать проект

Задания творческого уровня №4

Студентам необходимо составить свои рекламные сообщения, на основе применения основных технологий метафоры в рекламе, используя общекультурные символы

1. Бабочка – способность к превращениям и красота;
2. Весы -образ справедливости и правильных отношений;
3. Голубь -воплощение кротости и любви, а также новостей.

Контрольная работа №1

1. Назовите основные требования к брифу?
2. Назовите основные методики получения нестандартных рекламных идей?
3. Каковы профессиональные качества рекламиста? В чем специфика его работы?
4. Назовите основные задачи корпоративного сайта?
5. Какова структура корпоративного сайта?
6. В чем заключается миссия компании?
7. Каковы характерные ошибки в наполнении корпоративного сайта?
8. Каковы основные стратегии по продвижению сайта в Интернете?
9. Каковы распространенные ошибки при создании имени бренда?
10. Каковы основные требования к имени бренда, торговой марки?
11. Какова взаимосвязь между именем бренда и слоганом рекламного сообщения?
12. Дайте определение понятию "спичрайтинг"?
13. Каковы основные виды спичрайтинга?
14. Каковы распространенные ошибки, встречаемые при написании текстов для публичных выступлений?

Доклады №1

1. Что подразумевает под собой понятие "продающий текст"? Каждый ли рекламный тест является продающим?
2. Назовите основные составляющие вербального рекламного текста?
3. Назовите функции эхо-фразы?
4. Каковы основные правила написания рекламных текстов?

Доклады №2

1. Какие основные концепты используются в рекламе?
2. Что такое слоган? Каковы его функции?
3. В чем особенность семантической структуры слогана?
4. Какие приемы существуют для создания слоганов?

Теоретические вопросы к зачету

1. Понятие копирайтинга. Место копирайтинга в документоведении.
2. Основные задачи копирайтинга.
3. Копирайтинг и креатив. Основные требования к креатору.
4. Журналистский и официальный текст: основные различия и общие черты.
5. Жанры текстов.
6. Структура рекламного текста, его элементы: заголовок, подзаголовок, слоган, основной текст, контакты.
7. Визуальное сопровождение текста. Элементы фирменного стиля.
8. Правила создания текста.
9. Понятие спичрайтинга, основные функции и задачи.
10. Критерии оценки работы копирайтера.
- 11.
12. Концепт текста: общая характеристика, функциональная нагрузка, оптимальная длина грамматической конструкции, основные требования.
13. Стилистические приемы как средство усиления запоминаемости текста. Заголовок: его значение, функции. Классификации заголовков.

14. Содержательная видовая характеристика заголовков, специфика использования различных моделей в зависимости от коммуникативной и информационной стратегии.
15. Формальные признаки в заголовках: длина, морфологические характеристики, выбор шрифта и цвета, использование различных знаковых систем и их комбинаций.
16. Общая характеристика основного текста. Использование вербальных коммуникативных стратегий.
17. Иконичный тип коммуникативной стратегии. Смешанный тип коммуникативных стратегий.
18. Модели конструирования.
19. Эхо-фраза: формы присутствия в тексте, основные и дополнительные функции.
20. Двойная вербальная нагрузка эхо-фразы. Приемы составления эхо-фразы.

Практические задания к зачёту

Задание 1

На одной улице через дорогу друг напротив друга находятся две кондитерские. У них разные хозяева, но абсолютно идентичные вводные:

- одинаковый ассортимент
- одинаковый режим работы
- одинаковые цены
- одинаковые условия оплаты, заказа и доставки

В общем, все одинаковое.

Вы — продавец в одном из магазинов.

Вы видите, как из второй кондитерской выходит клиент и идет к вам. Он говорит: «Я знаю, что у вас все одинаковое. Я там ничего не купил. Почему я должен купить у вас?».

Ваша задача — убедить.

Задание 2

Присмотрите любой предмет быта – часы, вешалку, расческу или другое. Возьмите его и внимательно рассмотрите.

На что нужно обратить внимание:

- форма
- размеры
- материал
- фактура

Теперь представьте, какой была бы жизнь без этого предмета. Продумайте и напишите, что бы вам приходилось делать, для того чтобы заменить этот предмет. Как бы вы просыпались по утрам в нужное время, чем бы причесывались и т. д.

Задание 3

Напишите небольшой рекламный текст для печенья, не более 100- 150 слов. Не торопитесь.

Представьте, что вы предлагаете бесплатно попробовать вкусное печенье потенциальным покупателям. Если печенье обладает хорошими качествами, то оно наверняка вызовет интерес.

Затем подумайте, что можно написать в коротком рекламном тексте, чтобы побудить человека заплатить деньги за это печенье, даже не пробуя его.

При этом все чем вы располагаете — это ручка, бумага, сведения о товаре и ваше воображение.

Задание 4

Представьте обычный кирпич (чайная ложка, цветочный горшок, картина, катушка ниток,

ручки), вспомните, что это предмет из себя представляет или, найдите фото в интернете. Подберите для предмета обычное и необычное применение.

Для примера представлен список, вы можете его продолжить.

Задание 5

Напишите маленькую сказку или историю. В сказке должна быть мораль: обманывать — плохо. Обязательно использовать слова: корова, кирпич, сахар, директор, бюрократия.

Задание 6

Представьте, что вы — владелец небольшой компании, которая выпускает качественные носки. Вы обратились в небольшое рекламное агентство с тем, чтобы оно занялось рекламой вашей продукции. Доход вашей компании пока небольшой и вы хотите донести информацию о товаре до потенциальных потребителей. Подготовьте небольшую аннотацию товара для рекламщиков.

Задание 7

Представьте, что вы представитель рекламного агентства, которому предстоит работать с носками. Бюджет клиента невелик, но сам клиент и его подход к производству продукции вам нравится. Какой рекламный текст вы составите после прочтения аннотации?

Задание 8

Написать пару фраз про стакан «Хопсайд даун». Перевести написанное на английский.

Задание 9

Адаптировать аннотацию книги Вадима Панова «Атака по правилам» так, чтобы ее не страшно было опубликовать на сайте студии. Вкратце описать стиль студийных текстов.

Задание 10

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

Задание 11

Надо выбрать то, что производит сильное впечатление лично на Вас. Событие, которое, на Ваш взгляд, повлияло на ход мировой истории, или на историю отдельной страны или народа. Личность, без которой это событие бы не состоялась. Или личность, которая бы не состоялась без события.

Задание 12

Надо открыть любые криминальные новости (газета, Интернет и т.д.), выбрать сюжет. Подумать, кто бы мог стать главным героем в документальном фильме о расследовании этого дела — Подозреваемый? Виновный? Жертва? Свидетель? Следователь? Додумать недостающие детали. Преподнести историю как уже законченный сюжет через главного героя.

Задание 13

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