Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Институт общественных наук

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования «МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»
Факультет социальных наук

УТВЕРЖДЕНА
ученым советом
РАНХиГС (в составе ОП)
Протокол от «18» июня 2020 г. № 07
№61

УТВЕРЖДЕНА
Ученым Советом МВШСЭН
(в составе ОП)
Протокол от «16» июня 2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.02 Копирайтинг
(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

41.03.06 Публичная политика и социальные наук
(код, наименование направления подготовки (специальности)

Программа бакалавриата "Современный медиатекст"

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

Год набора – 2021 г.

Москва, 2020 г.

Автор–составитель:

Доцент, кандидат филологическийх наук К.В. Лученко

Декан Факультета к.филол.н. Калашникова М.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3. Содержание и структура дисциплины. 5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине 7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 14
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 18

6.1. Основная литература 18
6.2. Дополнительная литература 18
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы 19
6.4. Нормативные правовые документы 19
6.5. Интернет-ресурсы 19
6.6. Иные источники19

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 19

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Копирайтинг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	**Наименование компетенции**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) (для программ, реализуемых по ФГОС 3++, указываются индикаторы достижения компетенций)**
ПК-2	Способен работать над содержанием публикаций, предназначенных для разных каналов распространения информации	**На уровне знаний**: текст, письмо, академическое письмо **На уровне владения:** Особенности специфики медийного рынка **На уровне навыков:** Разрабатывает, создаёт и редактирует публикации для медиа в разных жанрах и форматах с учётом актуального общественного контекста и специфики медийного рынка

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС 11.006 А/02.6 Подготовка к публикации собственных материалов (работа в эфире)	ПК-2.6	**на уровне знаний**: Принципы работы с источниками информации и методы ее сбора (интервью, наблюдения, работа с документами, использование интернет-ресурсов). Специализированные знания в предметной области СМИ **на уровне умений**: Определять приоритетные для публикаций темы. Составлять сценарии. **на уровне навыков**: Поиск и оценка информационных поводов. Определение круга проблем, которые необходимо осветить в свежем выпуске газеты (журнала, передачи), расстановка смысловых акцентов. Формулирование заданий корреспондентам по самостоятельному выбору тем и поиску информации для публикаций, а также по подготовке материалов в соответствии с заранее разработанной темой

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Трудоемкость дисциплины во 2 семестре составляет 216 академических часов/166 астрономических часа (6 зачетных единиц). Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 56 академических часов/43 астрономических часов, на самостоятельную работу обучающихся – 124 академических часа/95 астрономических часа. Форма промежуточной аттестации: экзамен (1 зачетная единица, 36/27).

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Копирайтинг» реализуется во 2 семестре, опирается на необходимый объем теоретических знаний и практических навыков, полученных при освоении дисциплины:

Б1.О.01 Семинар 1 года (1 семестр).

3. Содержание и структура дисциплины

4. № п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Тема 1	Понятие и сущность копирайтинга.	24/18			8/6		16/12	Д, Т
Тема 2	Методы создания рекламного продукта	26/19,5			8/6		18/13,5	Д, Т
Тема 3	Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы	26/19,5			8/6		18/13,5	Д, Т
Тема 4	Коммуникативные стратегии рекламных текстов	26/19,5			8/6		18/13,5	Д, Т
Тема 5	Виды текстов в рекламе и PR	26/19,5			8/6		18/13,5	Д, Т
Тема 6	Структурная организация текстовых сообщений в рекламе	26/19,5			8/6		18/13,5	Д, Т
Тема 7	Редактирование текстов	26/19,5			8/6		18/13,5	Д, Т
Промежуточная аттестация		**36/27**						**Экзамен**
Всего:		**216/162**			**56/42**		**124/93**	

*Примечание: * – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), творческая работа (ТР), тест (Т), контрольная работа (КР), разбор кейсов (РК), диспут (Д), доклад (Док) и др.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность копирайтинга

Копирайтинг как наука о написании рекламных объявлений. Основные задачи копирайтера. Основные критерии успешности рекламных текстов. Личностные качества, необходимые в работе копирайтера. 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.

Тема 2. Методы создания рекламного продукта

Американская школа рекламы (практическая). Этапы создания рекламного продукта: подробное изучение предмета рекламирования; анализ функции продукта и его позиционирование; создание имиджа торговой марки. Теоретические методы создания рекламы. Анализе процесса восприятия рекламы (AIDA). Типы организации рекламного сообщения

Тема 3. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы

Мондриан. Сетка. Окно. Перенасыщенная текстом реклама. Рамка или рамочный макет. Цирк или организованный беспорядок. Текстовая реклама. Макет «реклама в обрез». Полоса. Макет «аксиальное расположение». Макет «комикс». Макет «алфавит». Макет «силуэт». Макет «мультиреклама». Шесть основных принципов привлекательной и эффективной рекламы: равновесие, доминирование, направленность движения взгляда, пропорция, когерентность, единство.

Тема 4. Коммуникативные стратегии рекламных текстов

Рекламный текст как коммуникативная единица. Рекламные техники коммуникационных стратегий. Понятие о концепциях апеллирования в рекламных текстах. Рекламное обращение как отражение стратегий учета потребностей человечества. Осознанные и латентные потребности. Простые и сложные виды апеллирования в рекламных текстах. Перевод потребностей в мотивационные рекламные структуры. Апеллирование как часть рекламных коммуникативных стратегий. Доказательные 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.

Тема 5. Виды текстов в рекламе и PR

Специфика рекламных и PR-текстов. Сущностные характеристики рекламного и PR-текстов. Различия между PR и рекламными текстами: воздействие на аудиторию, специфика подачи информации, содержание информации. Проблема жанровой типологии PR-текстов. Виды PR-текстов: оперативно-новостные жанры (пресс-релиз, интернет-релиз, информационное письмо, приглашение), исследовательско-новостные жанры (бэкграундер, лист вопросов-ответов справка), фактологические жанры (факт-лист, биография), исследовательские жанры (заявление для СМИ, коммюнике, открытое письмо). Специфика жанров рекламных текстов: рекламное обращение, листовка, афиша, прейскурант, «житейская история», каталог, «консультация специалиста».

Тема 6. Структурная организация текстовых сообщений 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 эхофразы.

Тема 7. Редактирование текстов

Трактовка термина «текст». Общая схема работы редактора над текстом. Речевые ошибки в тексте. Коммуникативные особенности процесса редактирования. Основные особенности труда редактора. Процесс правки текста.

4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.04.02 «Копирайтинг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:
Занятия лекционного типа по данной дисциплине не предусмотрены

– при проведении занятий семинарского типа:
Контроль посещаемости, доклад, тестовые задания

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
Работа с источниками информации

Текущая аттестация проводится в форме доклада и тестов по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

− учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

− степень усвоения теоретических знаний;

− уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

− результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по выполнениям практических и контрольных заданий, прохождении опросов и тестирований.

4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств): в виде письменного (устного) ответа на 2 вопроса билета.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме

Темы докладов:

1. Принципы создания рекламных текстов.
2. Приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов.
3. Использование системного подхода при работе с брифом для создания рекламных концепций.
4. Визуальные образы: как правильно использовать «картинки» в письменных сообщениях.
5. Коммуникативные особенности процесса редактирования.
6. Трансформация ощущений в осмысленную информацию.
7. Особенности жанров печатной рекламы
8. Свойства рекламного текста.
9. Рекламные стратегии.
10. Роль позиционирования в нейминге.

Пример тестового задания:

1.Слоган – это: а) краткая оригинальная фраза, выражающая основную идею всех общений в рамках рекламной кампании; б) девиз предприятия; в) составная часть фирменного стиля предприятия.

2.К характеристикам слогана не относится: а) слоган является базовой константой рекламной кампании; б) слоган может существовать изолировано; в) слоган должен зацепить личный интерес человек.

3.Выделяют следующие виды заголовков: а) рациональные и эмоциональные; б) прямые и косвенные; в) моральные, рациональные и эмоциональные.

4.Эхо-фраза – это: а) фраза, заключающая в себе рекламное сообщение; б) основной рекламный текст; в) лозунг фирмы.

5. Имя бренда – это: а) коммерческое название товарной или торговой марки, под которым продукт выводится на рынок; б) название торговой марки, которая выражает основную концепцию всех производимых предприятием товаров; в) нет правильного ответа.

6. Уникальное торговое предложение – это: а) отличительное свойство товара; б) потребительское преимущество товара перед конкурентами; в) а. и б.

7. Уникальное торговое предложение, построенное на социальной установке характеризуется следующим: а) созданием эмоционального образа товара или услуги; б) апеллирует к определенной целевой аудитории, опираясь на рекомендации профессионалов.

8.Модальные операторы возможности – это: а) слова, которые предлагают выбор; б) слова, призывающие к действию; в) слова, отвечающие основным потребностям.

9.Аргументация – это: а) рациональное обоснование выгоды приобретения товара; б) способ рассуждения, в процессе которого выдвигается некое положение в качестве доказанного тезиса; в) выявление сходства двух предметов и вывод о том, что предметы схожи и в других отношениях.

10. Выявление сходства двух предметов и вывод о том, что предметы схожи и в других отношениях – это: а) аналогия; б) аргументация; в) логическая аргументация.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций*

*Для ОП ВО, разработанных по ФГОС 3++ данная таблица не заполняется

4.3.2 Типовые оценочные средства

Типовые вопросы для экзамена:

1. Предмет «Копирайтинга», его место и роль в системе рекламного бизнеса.
2. Междисциплинарный характер «Копирайтинга».
3. Особенности личности копирайтера.
4. Задачи копирайтинга.
5. Основные принципы редактирования рекламного текста.
6. Принципы создания рекламных текстов.
7. Структура рекламного текста
8. Свойства рекламного текста
9. Виды печатной рекламы.
10. В чем состоит отличие реклама прямого отклика от других видов печатной рекламы.
11. Методы создания печатной рекламы.
12. Суть метода Бернбаха и возможности его применения для создания печатной рекламы.
13. Элементы, из которых состоит аннотация. Значение аннотации для разработки рекламной стратегии.
14. Рекламная стратегия: суть и структура.
15. Как соотносятся аннотация и творческое резюме.
16. Составляющие креативной стратегии.
17. Позиционирование бренда и имидж бренда как составляющие креативной стратегии.
18. Понятие целевой аудитории.
19. Интонация, содержащаяся в рекламном тексте и изображении.
20. Выработка рекламного предложения (обращения).
21. Принципы соотношения текста и изображения в печатной рекламе.
22. Основные особенности заголовка.
23. Методики написания заголовка.
24. Типы заголовков с точки зрения их содержания.
25. Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания.
26. Способ написания заголовков по Глиму.
27. Варианты подзаголовков. 28. Слоган как интегральная часть всей рекламной компании. Характеристики слогана.
29. Рамка или рамочный макет. Особенности и возможности использования.
30. Использование макета «цирк или организованный беспорядок».
31. Принципы соотношения текста и изображения в печатной рекламе
32. Структура и форматирование основного текста рекламы.
33. Использование шестиэтапной формулы Глима для написания рекламного текста.
34. Классификация стилей рекламных текстов.
35. Различные подходы, используемые при создании рекламных текстов. Особенности эмоционального подхода.
36. Фактический подход: различные пути воздействия на потребителя.
37. Сущность сравнительного подхода к созданию рекламных текстов.
38. Способ написания заголовков по Глиму.

39.Варианты подзаголовков.
40.Слоган как интегральная часть всей рекламной компании.

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента ***на экзамене*** оцениваются по следующей шкале:
«*отлично*» – 5,
«*хорошо*» – 4,
«*удовлетворительно*» – *3*,
«*неудовлетворительно*» – 2.
Положительными оценками являются: 3-5

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с уровнем освоения компетенции.

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 81-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 61-80%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 41-60%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 40%

	Уровни сформированности компетенций			
	низкий	**пороговый**	**достаточный**	**повышенный**
	< 40%	**41-60%**	**61-80%**	**81-100%**
Критерии	Самостоятельность практического навыка не выражена или выражена очень слабо. Компетенция не сформирована.	Демонстрируется недостаточный уровень самостоятельности практического навыка. Компетенция сформирована.	Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка. Компетенция сформирована.	Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка. Компетенция сформирована.

Методика оценивания ответа/выполненного задания

В билете один вопрос / одно задание:

Критерии оценивания ответа на теоретический вопрос		
№ критерия	*Требования к письменному ответу на вопросы*	*Максимальное количество баллов*
1.	Владение терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы	0 – 25
2.	Умение чётко и ясно сформулировать свои мысли	0 – 25
3.	Знание специальной и публицистической литературы по профессиональным вопросам	0 – 25
4.	Актуальные примеры из сферы профессиональной	0 – 25

	деятельности	
Итоговая оценка (сумма баллов по всем критериям)		**100**

№ критерия	Критерий оценивания	***Показатель оценивания***		
		0-7 баллов	**8-16 баллов**	**17-25 баллов**
1	Владение терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы	Обучающийся не владеет терминологией и не знает основных понятий из профессиональной сферы или ошибается в их использовании	Обучающийся частично владеет терминологией и знает основные понятий из профессиональной сферы, либо может формулировать часть из них своими словами	Обучающийся уверенно владеет терминологией и знает понятия из профессиональной сферы
2	Умение чётко и ясно сформулировать свои мысли	Обучающийся не умеет формулировать или затрудняется с формулировками своих мыслей при ответе на вопрос, не всегда понятно, что он имел в виду	Обучающийся формулирует свои мысли, но делает это недостаточно чётко и ясно или очень коротко	Обучающийся умеет формулировать свои мысли ясно и чётко
3	Знание специальной и публицистической литературы по профессиональным вопросам	Обучающийся не демонстрирует знание специальной и публицистической литературы по профессиональным вопросам либо делает это не точно и с ошибками	Обучающийся демонстрирует частичное или неуверенное знание специальной и публицистической литературы по профессиональным вопросам	Обучающийся демонстрирует знание специальной и публицистическую литературу по профессиональным вопросам.
4	Актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности	Обучающийся не способен привести актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности или забывает привести примеры	Обучающийся приводит актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности, однако примеры не достаточно развёрнуты или не адекватны.	Обучающийся способен привести актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности с достаточной степенью адекватности и ясности изложения

Критерии оценивания ответа на практический вопрос		
№ критерия	Требования к письменному ответу на вопросы	Максимальное количество баллов
5	Владение терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы	0 – 25
6	Умение чётко и ясно сформулировать свои мысли	0 – 25
7	Полнота выполнения задания	0 – 25
8	Демонстрация способности к нестандартному решению поставленных задач	0 – 25
Итоговая оценка (сумма баллов по всем критериям)		**100**

№ критерия	Критерий оценивания	*Показатель оценивания*		
		0-7 баллов	**8-16 баллов**	**17-25 баллов**
5	Владение терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы	Обучающийся не владеет терминологией и не знает основных понятий из профессиональной сферы или ошибается в их использовании	Обучающийся частично владеет терминологией и знает основные понятий из профессиональной сферы, либо может формулировать часть из них своими словами	Обучающийся уверенно владеет терминологией и знает понятия из профессиональной сферы
6	Умение чётко и ясно сформулировать свои мысли	Обучающийся не умеет формулировать или затрудняется с формулировками своих мыслей при ответе на вопрос, не всегда понятно, что он имел в виду	Обучающийся формулирует свои мысли, но делает это недостаточно чётко и ясно или очень коротко	Обучающийся умеет формулировать свои мысли ясно и чётко
7	Полнота выполнения задания	Обучающийся решил задание, его решение не соответствует поставленному заданию	Обучающийся решил поставленное задание не полностью или с существенными неточностями и ошибками	Обучающийся решил поставленное задание полностью и адекватно
8	Демонстрация способности к нестандартному решению поставленных задач	Обучающийся не способен находить нужную информацию в Интернете или находит не адекватную информацию	Обучающийся может находить нужную информацию в Интернете, однако не всегда обращается к достоверным источникам или не проверяет информацию	Обучающийся способен находить нужную и по возможности достоверную информацию в Интернете

Билет включает в себя два вопроса/задания (теоретического и практического типа или два теоретических/два практических вопроса):

Критерии оценивания ответа на теоретический вопрос		
№ критерия	Требования к письменному ответу на вопросы	Максимальное количество баллов
1.	Владение терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы	0 – 15
2.	Умение чётко и ясно сформулировать свои мысли	0 – 10
3.	Знание специальной и публицистической литературы по профессиональным вопросам	0 – 10
4.	Актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности	0 – 15
Итоговая оценка (сумма баллов по всем критериям)		**50**
Критерии оценивания ответа на практический вопрос		
№ критерия	Требования к письменному ответу на вопросы	Максимальное количество баллов

5.	Владение терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы	0 – 15
6.	Умение чётко и ясно сформулировать свои мысли	0 – 10
7.	Полнота выполнения задания	0 – 10
8.	Демонстрация способности к нестандартному решению поставленных задач	0 – 15
Итоговая оценка (сумма баллов по всем критериям)		**50**
Максимальное суммарное количество баллов за ответ на 2 вопроса билета		**100**

№ критерия	**Критерий оценивания**	***Показатель оценивания***		
		0-5 баллов	**6-10 баллов**	**11-15 баллов**
1, 5	Владение терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы	Обучающийся не владеет терминологией и не знает основных понятий из профессиональной сферы или ошибается в их использовании	Обучающийся частично владеет терминологией и знает основные понятий из профессиональной сферы, либо может формулировать часть из них своими словами	Обучающийся уверенно владеет терминологией и знает понятия из профессиональной сферы
4	Актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности	Обучающийся не способен актуальные привести примеры из сферы профессиональной деятельности или забывает привести примеры	Обучающийся приводит актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности, однако примеры не достаточно развёрнуты или не адекватны.	Обучающийся способен привести актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности с достаточной степенью адекватности и ясности изложения
8	Демонстрация способности к нестандартному решению поставленных задач	Обучающийся не способен находить нужную информацию в Интернете или находит не адекватную информацию	Обучающийся может находить нужную информацию в Интернете, однако не всегда обращается к достоверным источникам или не проверяет информацию	Обучающийся способен находить нужную и по возможности достоверную информацию в Интернете
		0-3 балла	**4-6 баллов**	**7-10 баллов**
2, 6	Умение чётко и ясно сформулировать свои мысли	Обучающийся не умеет формулировать или затрудняется с формулировками своих мыслей при ответе на вопрос, не всегда понятно, что он имел в виду	Обучающийся формулирует свои мысли, но делает это недостаточно чётко и ясно или очень коротко	Обучающийся умеет формулировать свои мысли ясно и чётко

3	Знание специальной и публицистической литературы по профессиональным вопросам	Обучающийся не демонстрирует знание специальной и публицистической литературы по профессиональным вопросам либо делает это не точно и с ошибками	Обучающийся демонстрирует частичное или неуверенное знание специальной и публицистической литературы по профессиональным вопросам	Обучающийся демонстрирует знание специальной и публицистическую литературу по профессиональным вопросам.
7	Полнота выполнения задания	Обучающийся решил задание, его решение не соответствует поставленному заданию	Обучающийся решил поставленное задание не полностью или с существенными неточностями и ошибками	Обучающийся решил поставленное задание полностью и адекватно

4.4. Методические материалы

Положение о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Образовательной автономной некоммерческой организации высшего образования «Московская высшая школа социальных и экономических наук»

Режим доступа:

https://msses.ru/upload/old_site//Файлы%20для%20скачивания/+%20Положение%20о%20проведении%20текущего%20контроля%20успеваемости%20и%20промежуточной%20аттестации%20студентов.pdf

Правила внутреннего распорядка образовательной автономной некоммерческой организации высшего образования «московская высшая школа социальных и экономических наук»

Режим доступа:

https://msses.ru/upload/old_site//sveden/document/Правила%20распорядка%20МВШСЭН.pdf

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Подготовка к семинарским занятиям:

- внимательно ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы; последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету/экзамену. К зачету/экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как

правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету/экзамену.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета/экзамена.

Самостоятельная работа студентов

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе в виде самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем. К самостоятельному виду работы студентов относится работа в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для проведения практических занятий или выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам. Студенты могут установить электронный диалог с преподавателем, выполнять посредством него контрольные задания.

Занятия по дисциплине представлены практическими занятиями и самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с включенными в программу разделами теории коммуникаций, обсуждением отдельных вопросов, выступлением и участием в дискуссиях, решением кейсов.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к контрольной работе и впоследствии к зачету.

Текущая аттестация студентов.

Текущая аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локально-нормативными актами МВШСЭН и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, уровень сформированности компетенций;
- результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы в соответствии с технологической картой дисциплины. Оценивание

студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Промежуточная аттестация студентов.

Студенты допускаются к зачету/экзамену по дисциплине в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия. Зачет/экзамен принимает преподаватель, ведущий занятия. Итоговая оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом непосредственно во время сдачи зачета;
- учебными достижениями в семестровый период.

Организация деятельности
студента по видам учебных занятий

Практические занятия.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Реферат, доклад	Реферат (доклад) – это самостоятельная учебно-исследовательская работа студента, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер. **Доклад** – один из видов монологической речи, публичное развёрнутое официальное сообщение по определённому вопросу,

	основанное на привлечении документальных данных. Может быть устным или письменным. **В учебных целях: д**оклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Этапы работы над докладом. Подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата рекомендуется использовать не менее 8 - 10 источников). Составление библиографии. Обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений. Разработка плана доклада. Написание. Публичное выступление с результатами исследования. В докладе соединяются три качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести результаты слушателям и квалифицированно ответить на вопросы. Отличительными чертами доклада является научный, академический стиль изложения, логичность, последовательность, ясность, точность, аргументированность. Доклад предполагает чёткое определение темы, связанной с научной проблемой. Преподаватель оценивает, насколько подготовленное студентом выступление отвечает заявленной им теме. Текст доклада должен иметь стройную композицию, должен быть хорошо структурирован, для чего студент должен уметь строить выступление по заранее определённому плану. Оценивается свободное владение текстом, умение строить устное высказывание, а не зачитывать текст по листу. Допускается только чтение цитат из научных источников или примеров. Студент должен выделить в своём выступлении основные положения, которые надо сформулировать в виде тезисов и продиктовать коллегам. Отдельно оценивается не только содержание доклада, но и форма его подачи: умение устанавливать контакт с аудиторией, умение улавливать реакцию слушателей, получать обратную связь, отвечать на возникающие вопросы. Доклад предполагает жёсткий хронометраж (по предварительной договорённости с преподавателем - до 10 минут). Необходимо обязательно уложиться в установленное время, успев сделать вывод (заключение). Материал может требовать дополнительных иллюстраций: схем, таблиц, небольших рисунков, которые можно разместить в презентации. Тема доклада (реферата) выбирается студентом по согласованию с преподавателем. Важно при этом учитывать ее актуальность, научную разработанность, возможность нахождения необходимых источников для изучения темы реферата (доклада), имеющиеся у студента начальные знания и личный интерес к выбору данной темы. После выбора темы реферата (доклада) составляется перечень

	источников (монографий, научных статей, справочной литературы, содержащей комментарии, результаты исследований и т.п.). Примерные этапы работы над рефератом (докладом): - формулирование темы; - подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 10); - составление библиографии; - обработка и систематизация информации; - разработка плана; - написание реферата (доклада); - публичное выступление с результатами исследования.
Тест	Тест - это система стандартизированных вопросов (заданий) позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся. Возможно проведение промежуточных тестов во время практических занятий, а также тест может использоваться как способ проведения экзамена (зачета).

6.Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Судоргина З. Копирайтинг: тексты, которые продаются: Пособие / Судоргина З., - 2-е изд. - Рн/Д:Феникс, 2014. - 280 с.
2. 2. Кузнецов П. А.. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. — 260 с.
3. 3. Пономарева А. М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с.

6.2. Дополнительная литература

1. Крохина О. И. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей / О.И. Крохина, М.Н. Полосина, А.В. Рубель и др. – М.: ИнфраИнженерия, 2012. – 216 с.

2. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. — 296 с.

3. Бернадская, Ю. С. Текст в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 288 с.

4. Мандель Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник, 2012. - 205 с.

5. Анашкина, Н. А. Режиссура телевизионной: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 (350700) «Реклама», 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Н. А. Анашкина; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 208 с.

6. Щербинина Ю. В. Книга. Текст. Коммуникация. Словарь-справочник новейших терминов и понятий: Справочник/Щербинина Ю. В. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Положение об организации самостоятельной работы студентов Образовательной автономной некоммерческой организации высшего образования «Московская высшая школа социальных и экономических наук»
Режим доступа:
https://msses.ru/upload/old_site//Файлы%20для%20скачивания/+%20Положение%20о%20самостоятельной%20работе.pdf

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации http://www.constitution.ru/
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 05.04.2016) "О средствах массовой информации" http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

6.5. Интернет-ресурсы

1. Индустрия рекламы. Информационно-справочный портал (www. adindustry.ru).
2. Индустрия рекламы. Информационно-справочный портал (http://adindustry.ru/)

6.6. Иные источники

1. Луман Н. Теория общества\\ Теория общества. Сборник. М., 1999.
2. Маклюэн М. Понимание медиа, Жуковский: Канон-пресс Ц, 2003.
3. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.2013.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практические занятия, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.
Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg
EBSCO Publishing
eLIBRARY.RU
Emerging Markets Information Service
Google Scholar (Google Академия)
IMF eLibrary -
JSTOR
New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.
OECD iLibrary
Oxford Handbooks Online
Polpred.com Обзор СМИ
Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;
SCOPUS
Web of Science
Wiley Online Library
World Bank Elibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»

6.

Для обеспечения работы студентов с Интернет-ресурсами необходимо наличие персональных компьютеров с возможностью выхода в Интернет.