

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Т.А. Тризно

«15» мая 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская

«15» мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КОПИРАЙТИНГ

Составитель	Лазуткина Е.В., к. филол. н., доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций
Согласовано с работодателями:	Линько М.О., директор маркетингового агентства «Микс» Михайлова О.В., генеральный директор ООО «Радиосеть», председатель АРО «Союз журналистов России»
Направление подготовки	42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная
Год приема	2025
Курс	3
Семестр	5

Астрахань, 2025 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: знакомство студентов с основами создания презентационных медиатекстов, формирование навыков создания креативных концепций и написания различных типов текстовой продукции, а также представлений об особенностях работы копирайтера и о процессе копирайтинга.

Задачи: рассмотреть понятие копирайтинговых текстов, их функций, разновидностей и средств; показать роль и значение имиджевого, рекламного и презентационного копирайтинга в развитии медиаиндустрии; обозначить особенности и основные направления различных типов копирайтинговых медиатекстов; выявить специфику создания рекламных и имиджевых материалов для СМИ и проанализировать критерии их эффективности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Копирайтинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и реализуется в 5 семестре. Курс является продолжением освоения общепрофессиональных дисциплин, успешного прохождения профессионально-журналистской практики и выполнения в дальнейшем научно-исследовательской работы.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, формируемые сопутствующими дисциплинами:

- «Основы теории коммуникации»

Знания: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов и её гуманизации.

Умения: соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям.

Навыки и (или) опыт деятельности: владеть навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом нарабатываемых теорией способов достижения эффективной коммуникации.

- «Техника и технология средств массовой информации»

Знания: особенности технической базы и новейших цифровых технологий, применяемых в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа; специфика работы в условиях мультимедийной среды и конвергентной журналистики; методы и технология подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, фото-, графика и т.п.); современные тенденции дизайна и инфографики в СМИ.

Умения: использовать в профессиональной деятельности цифровые и IT-технологии, цифровую технику, пользоваться основными операционными системами, программным обеспечением, необходимым для создания и обработки текстов, визуальной, аудио- и аудиовизуальной информации, цифровыми устройствами ввода текстовой, графической, аудио- и аудиовизуальной информации, системами передачи и обмена ин-

формации, уметь использовать в профессиональной работе мобильную связь; оперативно готовить материалы, используя различные знаковые системы (текстовую, графическую, фото-, аудио-, видео) для размещения на различных мультимедийных платформах (печатных, вещательных, традиционных и онлайн-овых, мобильных), приводить печатные тексты, аудио-, видео-, интернет- материалы в соответствии со стандартами, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов; участвовать в производственном процессе выхода издания, теле-, радио- программы (верстке номера или программы, монтаже аудио-, видеоматериала и т.п.) в соответствии с технологическим циклом на базе современных технологий.

Навыки и (или) опыт деятельности: методами и технологией подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, фото).

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении производственной практики, при подготовке научно-исследовательских и творческих работ.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

- а) универсальных компетенций (УК): –
- б) общепрофессиональных компетенций (ОПК): -
- в) профессиональных компетенций (ПК):

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы /связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ПК-2.	<p>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.</p> <p>ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.</p> <p>ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн-среде</p>	<p>– языковые нормы, стандарты, форматы, жанры, стили, технологические требования разных типов СМИ и других медиа</p> <p>- специфику разных типов СМИ и других медиа</p> <p>- инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн-среде</p>	<p>– осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами</p> <p>- осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа</p> <p>- использовать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн-среде</p>	<p>– навыками работы с разными форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ</p> <p>- навыками осуществления авторской деятельности</p> <p>- работы с инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн-среде</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной формы обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	2
Объем дисциплины в академических часах	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	54	8
- занятия лекционного типа	18	4
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	36	4
- практическая подготовка (если предусмотрена)	2	2
- консультация (предэкзаменационная)		
- промежуточная аттестация по дисциплине		
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	18	64
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Зачет - семестр 5	Зачет - семестр 5

**Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)**

для очной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Принципы копирайтинга	2		4					2	8	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. PR-тексты оперативно-новостных жанров	2		4					2	8	Устный опрос, практическое задание

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР, час.	Итого часов	Форма текущего контроля успевае- мости, форма проме- жуточ- ной атте- стации
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
										ние
Тема 3. PR-тексты исследова- тельско-новостных жанров	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 4. PR-тексты фактологиче- ских жанров	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 5. PR-тексты исследова- тельских жанров	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 6. PR-тексты образно- новостных жанров	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 8. Листовка как разно- видность комбинированных PR-текстов	2		4					2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 9. Пресс-кит, информа- ционный пакет и медиакит	2		2	2				2	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Контроль промежуточной аттестации									Зачет	
ИТОГО за семестр:	18		34	2				18	72	

для заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.				СР, час.	Итого	Форма текущего
	Л	ПЗ	ЛР	КР			

	Л	В т.ч. ПП	ПЗ	В т.ч. ПП	ЛР	В т.ч. ПП	/ КП			контроля успевае- мости, форма проме- жуточ- ной атте- стации
Тема 1. Принципы копирай- тинга	2		2					4	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 2. PR-тексты оператив- но-новостных жанров	2			2				4	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 3. PR-тексты исследова- тельско-новостных жанров								8	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 4. PR-тексты фактоло- гических жанров								8	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 5. PR-тексты исследова- тельских жанров								8	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 6. PR-тексты образно- новостных жанров								8	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты								8	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 8. Листовка как разно- видность комбинированных PR-текстов								8	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Тема 9. Пресс-кит, информа- ционный пакет и медиакит								8	8	Устный опрос, практиче- ское зада- ние
Контроль промежуточной аттестации										Зачет
ИТОГО за семестр:	4		4	2				64	72	

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практическое занятие, семинар; ЛР – лабораторная работа; ПП – практическая подготовка; КР / КП – курсовая работа / курсовой проект; СР – самостоятельная работа.

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Кол-во часов	Код компетенции			Общее количество компетенций
		ПК-2			
Тема 1. Принципы копирайтинга	8	+			1
Тема 2. PR-тексты оперативно-новостных жанров	8	+			1
Тема 3. PR-тексты исследовательско-новостных жанров	8	+			1
Тема 4. PR-тексты фактологических жанров	8	+			1
Тема 5. PR-тексты исследовательских жанров	8	+			1
Тема 6. PR-тексты образно-новостных жанров	8	+			1
Тема 7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты	8	+			1
Тема 8. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов	8	+			1
Тема 9. Пресс-кит, информационный пакет и медиаakit	8	+			1
Итого	72	+			1

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Принципы копирайтинга.

Понятие «копирайтинг». Основные цели и задачи копирайтинга. Основные принципы. Виды копирайтинга. Целевая аудитория копирайтера. Виды целевой аудитории. Профессиональная этика копирайтера. Приемы и технологии классической журналистики и рерайтинга, адаптированные к работе копирайтера. Журналистские и рерайтерские приемы подачи информации. Информационный повод в копирайтинге. Технологии построения текстов и предложений. Ключевые слова и предложения в тексте. Проблема уникальности контента интернет-сайтов. Проблема определения понятия «PR-текст». Проблема жанровой типологии PR-текстов. Эволюция современного PR-текста. Основные требования к тексту.

Тема 2. PR-тексты оперативно-новостных жанров

Определение пресс-релиза. Виды пресс-релиза. Структура и содержание пресс-релиза. Заголовок пресс-релиза. Лид пресс-релиза. Особенности композиции, языка и стиля пресс-релиза. Основные правила оформления пресс-релиза. Функции цитат в пресс-релизе. Структуру интернет-релиза. Социомедиарелиз и его разновидности. Отличия информационного письма от пресс-релиза. Цель приглашения как жанра PR-текста.

Виды приглашений. Возможные формы обращения в приглашении. Структура и содержание приглашения на пресс-конференцию. Структура и содержание приглашения на презентацию. Основные различия, касающиеся содержания пресс-релиза и приглашения.

Тема 3. PR-тексты исследовательско-новостных жанров

Особенности исследовательско-новостных жанров. Разновидности исследовательско-новостных жанров. Определение понятия «бэкграундер». Виды бэкграундера.

Правила оформления бэкграундера. Структура и содержание бэкграундера. Цель спонсорского бэкграундера. Цели листа вопросов-ответов. Особенности языка и стиля листа вопросов-ответов. Определение аналитической справки как PR-текста. Цель и адресат аналитические справки. Структура и содержание аналитической справки. Результаты исследований в аналитических справках. Правила оформления аналитической справки (аналитические записки).

Тема 4. PR-тексты фактологических жанров

Особенности фактологических жанров. Виды фактологических жанров. Определение факт-листа. Содержание факт-листа. Специфика размещения факт-листа. Определение биографии как жанра PR-текста. Структура и содержание биографии. Разновидности биографии и их характерные черты.

Тема 5. PR-тексты исследовательских жанров

Особенности исследовательских жанров PR-текстов, их виды. Объект отражения в заявлении для СМИ. Подходы к определению жанра заявления для СМИ. Группы заявлений для СМИ. Определение жанра коммюнике. Цель написания заявления. Особенности структуры и содержания заявления для СМИ. Стилистико-языковые особенности жанра заявления. Возможности сети Интернет для написания текста заявления для СМИ. Типичные ошибки при написании текста заявления для СМИ.

Сходство заявления для СМИ и открытого письма. Критериям открытого письма. Адресат открытого письма. Структура и содержание открытого письма.

Тема 6. PR-тексты образно-новостных жанров

Особенности образно-новостных жанров. Основные функции и особенности композиции текстов образно-новостных жанров. Определение понятия «байлайнер». Виды байланера. Места размещения байлайнеров разных видов. Поздравление как жанр PR-текста. Отличия поздравления как жанра PR-текста от обычного (личного) поздравления. Структура и содержание поздравления. Особенность письма как жанра PR-текста. Структура и содержание письма как жанра PR-текста.

Тема 7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты

Определение понятия «смежные PR-тексты», их виды. Слоган как смежный жанр PR-текста, его виды. Основные функции слогана. Виды слоганов. Определение понятия «рекламный (товарный) слоган». Слоган организации, виды. Определение корпоративного слогана, сферы использования. Примеры корпоративных слоганов. Определение понятия «политический слоган». Особенности содержания политического слогана. Основные структурные модели политического слогана. Структура резюме. Правила оформления резюме. Сопровождающие материалы. Пресс-ревью и его цели.

Тема 8. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов

Цели политической листовки. Типы политических листовок по форме. Каналы распространения. Виды политических листовок по содержанию. Структура политической листовки, обязательные и факультативные компоненты.

Тема 9. Пресс-кит, информационный пакет и медиакит

Определение понятия «пресс-кит», его цели. Минимальный стандартный набор пресс-кита. Полный вариант пресс-кита. Варианты оформления пресс-кита. Структура пресс-кита. Отличия информационного пакета от пресс-кита. Определение понятия медиакит. Субъект PR в медиа-ките. Цели. Адресат. Состав материалов в медиаките.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнении самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Студенты могут работать с текстами лекций и практических занятий в электронном виде, т.к. они расположены в LMS Moodle «Электронное образование» на сайте АГУ.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету.

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

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Самостоятельная работа студентов представлена в следующих формах: подготовка к собеседованию.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

для очной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
<i>Тема 1. Принципы копирайтинга</i> Визуальное восприятие текстов (абзацы, их емкость, «красная строка»). Подбор и анализ кейсов	2	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 2. PR-тексты оперативно-новостных жанров</i> Структура и содержание приглашения на пресс-конференцию. Структура и содержание приглашения на презентацию. Подбор и анализ кейсов	2	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 3. PR-тексты исследовательско-новостных жанров</i> Цель спонсорского бэкграундера. Правила оформления аналитической справки (аналитические записки). Подбор и анализ кейсов	2	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 4. PR-тексты фактологических жанров</i> Определение биографии как жанра PR-текста. Структура и содержание биографии. Разнообразие биографии и их характерные черты. Подбор и анализ кейсов	2	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 5. PR-тексты исследовательских жанров</i> Виды коммюнике. Подбор и анализ кейсов	2	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 6. PR-тексты образно-новостных жанров</i> Цель написания заявления. Сходство заявления для СМИ и открытого письма. Критериям открытого письма. Адресат открытого письма. Структура и содержание открытого письма. Подбор и анализ кейсов	2	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты</i> Особенность письма как жанра PR-текста. Структура и содержание письма как жанра PR-текста. Подбор и анализ кейсов	2	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 8. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов</i> Структура политической листовки, обязательные и факультативные компоненты. Подбор и анализ кейсов	2	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 9. Пресс-кит, информационный пакет и</i>	2	Подготовка к

<p><i>медиакиит</i> Структура пресс-кита. Отличия информационного пакета от пресс-кита. Подбор и анализ кейсов</p>		<p>собеседованию</p>
--	--	----------------------

для заочной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
<p><i>Тема 1. Принципы копирайтинга</i> Понятие «копирайтинг». Основные цели и задачи копирайтинга. Основные принципы. Проблема определения понятия «PR-текст». Проблема жанровой типологии PR-текстов. Эволюция современного PR-текста. Основные требования к тексту.</p>	4	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 2. PR-тексты оперативно-новостных жанров</i> Определение пресс-релиза. Виды пресс-релиза. Структура и содержание пресс-релиза. Заголовок пресс-релиза. Лид пресс-релиза. Особенности композиции, языка и стиля пресс-релиза. Основные правила оформления пресс-релиза. Функции цитат в пресс-релизе. Структуру интернет-релиза. Социомедиарелиз и его разновидности. Отличия информационного письма от пресс-релиза. Цель приглашения как жанра PR-текста. Виды приглашений. Возможные формы обращения в приглашении. Структура и содержание приглашения на пресс-конференцию. Структура и содержание приглашения на презентацию. Основные различия, касающиеся содержания пресс-релиза и приглашения.</p>	4	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 3. PR-тексты исследовательско-новостных жанров</i> Особенности исследовательско-новостных жанров. Разновидности исследовательско-новостных жанров. Определение понятия «бэкграундер». Виды бэкграундера. Правила оформления бэкграундера. Структура и содержание бэкграундера. Цель спонсорского бэкграундера. Цели листа вопросов-ответов. Особенности языка и стиля листа вопросов-ответов. Определение аналитической справки как PR-текста. Цель и адресат аналитические справки. Структура и содержание аналитической справки. Результаты исследований в аналитических справках. Правила оформления аналитической справки (аналитические записки).</p>	8	Подготовка к собеседованию
<p><i>Тема 4. PR-тексты фактологических жанров</i></p>	8	Подготовка к

<p>Особенности фактологических жанров. Виды фактологических жанров. Определение факт-листа. Содержание факт-листа. Специфика размещения факт-листа. Определение биографии как жанра PR-текста. Структура и содержание биографии. Разновидности биографии и их характерные черты.</p>		<p>собеседованию</p>
<p><i>Тема 5. PR-тексты исследовательских жанров</i> Особенности исследовательских жанров PR-текстов, их виды. Объект отражения в заявлении для СМИ. Подходы к определению жанра заявления для СМИ. Группы заявлений для СМИ. Определение жанра коммюнике. Цель написания заявления. Особенности структуры и содержания заявления для СМИ. Стилистико-языковые особенности жанра заявления. Возможности сети Интернет для написания текста заявления для СМИ. Типичные ошибки при написании текста заявления для СМИ. Сходство заявления для СМИ и открытого письма. Критериям открытого письма. Адресат открытого письма. Структура и содержание открытого письма.</p>	<p>8</p>	<p>Подготовка к собеседованию</p>
<p><i>Тема 6. PR-тексты образно-новостных жанров</i> Особенности образно-новостных жанров. Основные функции и особенности композиции текстов образно-новостных жанров. Определение понятия «байлайнер». Виды байланера. Места размещения байлайнеров разных видов. Поздравление как жанр PR-текста. Отличия поздравления как жанра PR-текста от обычного (личного) поздравления. Структура и содержание поздравления. Особенность письма как жанра PR-текста. Структура и содержание письма как жанра PR-текста.</p>	<p>8</p>	<p>Подготовка к собеседованию</p>
<p><i>Тема 7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты</i> Определение понятия «смежные PR-тексты», их виды. Слоган как смежный жанр PR-текста, его виды. Основные функции слогана. Виды слоганов. Определение понятия «рекламный (товарный) слоган». Слоган организации, виды. Определение корпоративного слогана, сферы использования. Примеры корпоративных слоганов. Определение понятия «политический слоган». Особенности содержания политического слогана. Основные структурные модели политического слогана. Структура резюме. Правила оформления резюме. Сопровождающие материалы. Пресс-</p>	<p>8</p>	<p>Подготовка к собеседованию</p>

ревью и его цели.		
Тема 8. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов Цели политической листовки. Типы политических листовок по форме. Каналы распространения. Виды политических листовок по содержанию. Структура политической листовки, обязательные и факультативные компоненты.	8	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 9. Пресс-кит, информационный пакет и медиакит</i> Определение понятия «пресс-кит», его цели. Минимальный стандартный набор пресс-кита. Полный вариант пресс-кита. Варианты оформления пресс-кита. Структура пресс-кита. Отличия информационного пакета от пресс-кита. Определение понятия медиакит. Субъект PR в медиаките. Цели. Адресат. Состав материалов в медиаките.	8	Подготовка к собеседованию

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретический заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

Проведение зачета

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных, тематических контрольных работ. Он предусматривает проверку готовности студентов к плановым занятиям, оценку качества и самостоятельности выполнения заданий на лабораторных занятиях, проверку правильности выполнения заданий, выданных на самостоятельную проработку.

На зачете осуществляется комплексная проверка знаний, навыков и умений студентов по всему теоретическому материалу дисциплины и с проверкой практических навыков и умений. Теоретические знания оцениваются путем компьютерного тестирования или на основании письменных ответов студентов по нескольким теоретическим вопросам.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторная работа
Тема 1. Принципы копирайтинга	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 2. PR-тексты оперативно-новостных жанров	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 3. PR-тексты исследовательско-новостных жанров	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 4. PR-тексты фактологических жанров	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 5. PR-тексты исследовательских жанров	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 6. PR-тексты образно-новостных жанров	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 8. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено
Тема 9. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит	Обзорная лекция	Устный опрос, практическое задание	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,

4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Принципы копирайтинга	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 2. PR-тексты оперативно-новостных жанров	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 3. PR-тексты исследовательско-новостных жанров	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 4. PR-тексты фактологических жанров	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 5. PR-тексты исследовательских жанров	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 6. PR-тексты образно-новостных жанров	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 8. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов	ПК-2	Устный опрос, практическое задание
Тема 9. Пресс-кит, информационный пакет и медиаakit	ПК-2	Устный опрос, практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7.

Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8.
Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)

Тема 1. Принципы копирайтинга.

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор, анализ и обсуждение кейсов

Тема 2. PR-тексты оперативно-новостных жанров

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор, анализ и обсуждение кейсов

Тема 3. PR-тексты исследовательско-новостных жанров

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор, анализ и обсуждение кейсов

Тема 4. PR-тексты фактологических жанров

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор, анализ и обсуждение кейсов

Тема 5. PR-тексты исследовательских жанров

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор, анализ и обсуждение кейсов

Тема 6. PR-тексты образно-новостных жанров

Вопросы семинара

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор, анализ и обсуждение кейсов

Тема 7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор, анализ и обсуждение кейсов

Тема 8. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор, анализ и обсуждение кейсов

Тема 9. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит

Устный опрос по содержанию темы

Практическое задание

Подбор, анализ и обсуждение кейсов

Контрольные задания

1. Проект. Подготовка пакета документов для проведения организацией мероприятия. В аннотации проекта укажите субъект PR, целевые группы общественности; информационный повод, цель текста. Постарайтесь охватить все изученные жанры. Результаты оформите в лонгрид.

2. Подготовка иллюстрированной презентации на тему «История развития PR-текстов».

Преподаватель, реализующий дисциплину (модуль), в зависимости от уровня подготовленности обучающихся может использовать иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачет

1. Принципы копирайтинга.
2. PR-тексты оперативно-новостных жанров:
3. PR-тексты исследовательско-новостных жанров
4. PR-тексты фактологических жанров
5. PR-тексты исследовательских жанров
6. PR-тексты образно-новостных жанров
7. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты
8. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит
9. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта				
1	Задание закрытого типа	Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации: 1) источник 2) сообщение 3) текст	3	3
2		Базовая модель Г. Лассуэлла описывает коммуникацию как 1) двусторонний линейный процесс 2) замкнутый циркулярный процесс 3) однонаправленный линейный процесс	3	3
3		Методами воздействия в массовой коммуникации являются: 1) объяснение 2) понимание 3) внушение	3	3
4		К видам внимания не относится.... 1) произвольное 2) произвольное 3) глубокое	3	3
5		Медиапроект – это... 1) это самостоятельно разработанный и изготовленный медиапродукт, выполненный под контролем с использованием современных медиатехнологий	1	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		2) популярное СМИ 3) телевизионный видеоконтент		
1.	Задание открытого типа	Такая техническая характеристика печатных средств массовой информации, как ..., – это количество полос (страниц)	Объем	2
2.		Корректорская правка по характеру и способам ее исполнения делится на несколько видов, в частности, ... проводится для проверки исправлений в сверстанных листах путем как сквозного чтения корректурных оттисков, так и построчной читки	Правка-сверка	2
3.		... – это специалист, который формирует образ компании в глобальном информационном пространстве с помощью создания контента в социальных сетях	SMM-менеджер	2
4.		Процесс исправления грамматических и технических ошибок и недостатков в текстовом и графическом материалах, подготовленных для размножения типографским (или любым другим) способом, – это...	Корректурa	2
5.		Серьезное изменение исходного текста (редактор переписывает исходный текст, сохраняя его смысл), которое чаще всего используется при подготовке регулярно повторяющихся документов, таких как годовые отчеты и справки о деятельности компании, – это...	Рерайтинг	2
1	Задание закрытого типа	...содержит в себе структуру информации. Под структурой подразумеваются пределы, или границы, обсуждения изучаемой темы, внутри которых процесс изучения направляется	1	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		модератором (автором гайда) для реализации задач исследования. 1. гайд 2. мем 3. квиз 4. катгайд		
2		Выберете верные высказывание: Основная задача копирайтера 1. разобраться в задаче и понять заказчика 2. в копирайтинге творчество занимает 20% от самой задачи 3. копирайтинг – это умение высказывать свои мысли 4. в копирайтинге достаточно иметь хороший словарный запас слов	1	3
3		Копирайтер... 1. анализирует сайты конкурентов 2. размещает тексты на сайтах клиентов и заказчиков 3. создает SEO-тексты 4. фотографирует	1, 2	3
4		Хороший копирайтер пишет текст ... 1. который не нужно редактировать 2. привлекает внимание к какой-то новости или проблеме 3. который подталкивает читателя к действию 4. который стоит недорого	3	3
5		Заранее нельзя знать, будет текст эффективным или нет, но его всегда можно ... 1. использовать в другом месте 2. впоследствии исправить 3. проверить по определенным параметрам 4. скопировать с примера эффективного текста	2	3
1.	Задание открытого типа	По формам рекламной коммуникации различают переходные, или синтетические, формы рекламных текстов, в	Мультимедийный	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		частности, ... коммуникативный тип является смешанным и помимо аудио, вербальных и визуальных компонентов применяет и видео		
2.		Корректорская правка по характеру и способам ее исполнения делится на несколько видов, в частности, ... проводится для проверки исправлений в сверстанных листах путем как сквозного чтения корректурных оттисков, так и построчной читки	Правка-сверка	
3.		Специалист, который пишет тексты для рекламы и статьи на сайт компании, – это ...	Копирайтер	
4.		Если нужно выстроить или перестроить логику изложения, выполняется ...редактирование, в процессе которого редактор вначале определяет будущую структуру текста и затем редактирует его, следуя выбранной структуре	Стилистическое	
5.		Медиаплатформой, согласно ... подходу к пониманию понятия (по О.В. Краснояровой), являются субъекты информационно-коммуникационных процессов (массмедиа, средства массовой информации)	Субъектно-медийному	
Код и наименование проверяемой компетенции ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа				
1.	Задание закрытого типа	В каком из функциональных стилей речи широко используются речевые клише, наименования номенклатур, аббревиатуры и отглагольные существительные: 1. научный 2. официально-деловой 3. публицистический 4. художественный	2	3
2.		Для какого канала распространения информа-	4	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		ции характерна возможность максимально точного измерения всех показателей рекламы: 1 Телевидение 2 Радио 3 Печатные СМИ 4 Интернет		
3.		Факт, лежащий в основе PR-текста — это всегда: 1. некая объективная реальность, представляемая (в зависимости от жанра) как самостоятельная, или анализируемая, или «совмещенная» с образным видением ее автором; 2. определенный «отрезок» действительности, представленный таким образом, чтобы максимально полно служить цели создания благоприятной коммуникационной среды базисного субъекта; 3. подается таким образом, чтобы он оказался для потенциального потребителя (покупателя) наиболее привлекательным и стимулировал его поведенческую реакцию.	2	3
4.		Разные формы контента 1. помогают ответить на все вопросы 2. подтвердить экспертность компании 3. вовлечь и развлечь аудиторию 4. продать продукт – материал	1	3
5.		Написание текста с целью рекламы или других форм маркетинга называют 1. журналистикой 2. редактированием 3. копирайтингом 4. рерайтингом	3	3
1.	Задание открытого типа	Рамочный элемент композиции, представляющий собой ударную фразу текста, которая поддерживает и комментирует слоган, – это ...	Эхо-фраза	2

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
2.		Редактирование включает несколько видов правки, в частности, ... предпринимаемую редактором с целью улучшения композиции, структуры произведения, устранения стилистических, логических и иных ошибок и недочетов	Правку-обработку	2
3.		Первый абзац текста, как правило, выделенный жирным шрифтом, задача которого в том, чтобы удержать читателя, предложить ему столь увлекательную информацию, чтобы он продолжил чтение статьи, – это ...	Лид	2
4.		Цель рекламного текста ... вида – поддержание образа товара в памяти потребителей, осведомленности о нем и напоминание наиболее важных моментов о товаре или услуге (где, когда и как его можно приобрести)	Напоминающего	2
5.		Принцип действия... рекламы основан на том, что пользователь получает рекламные сообщения, которые привязаны к его запросам, для чего используется система ключевых слов и фраз, по которым происходит отбор рекламных сообщений	Контекстной	2

Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
Неудовлетворительно	от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Удовлетворительно	от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Хорошо	от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий
Отлично	от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Контроль и отчётность по дисциплине осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки знаний и умений студентов. Аттестация студентов осуществляется также в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе АГУ. Если промежуточная аттестация проводится в форме экзамена, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 40 баллов, экзамен – 50 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций). Если промежуточная аттестация проводится в форме зачета, то расчет общей оценки учебных достижений студента в семестре осуществляется так: текущая аттестация – 90 баллов, бонусы – 10 баллов (отсутствие пропусков занятий и лекций).

В течение всего учебного года студентам нужно активно работать на практических занятиях, выполнять все задания, включая задания для самостоятельной работы, выполнять рейтинговые контрольные работы. Студент считается аттестованным по дисциплине при условии выполнения всех предусмотренных учебной программой видов текущего контроля.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Основной блок				
1.	Устные ответы	9/5	45	По расписанию
2.	Практические задания	9/5	45	По расписанию
Всего			90	

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов (пример)	Срок представления
Блок бонусов				
1.	Посещение занятий		5	По расписанию
2.	Своевременное выполнение всех заданий		5	По расписанию
Всего			10	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	-1
Нарушение учебной дисциплины	-1
Неготовность к занятию	-1
Пропуск занятия без уважительной причины	-1

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература

1. Амзин, А. А. Новостная интернет-журналистика: доп. УМО по классич. унив. образованию в качестве учеб. пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Журналистика» / А. А. Амзин. М.: Аспект Пресс, 2012. 144 с. 10 экз.

2. Балахонская, Л. В. PR-текст: структура, содержание, оформление: учебное пособие / Л. В. Балахонская; Санкт-Петербургский гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журналистики и массовых коммуникаций». Санкт-Петербург: Ин-т «Высш. шк. журналистики и массовых коммуникаций», 2015. 196 с.; 5 экз.

3. Кузьмина Н. А., Современный медиатекст [Электронный ресурс] / Кузьмина Н.А. М.: ФЛИНТА, 2014. 416 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976516687.html>

4. Лазутина Г.В., Жанры журналистского творчества [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. М.: Аспект Пресс, 2011. 320 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705935.html>

2. Солганик Г. Я., Язык современной публицистики [Электронный ресурс] / сост. Г. Я. Солганик М.: ФЛИНТА, 2017. 232 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893497434.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Высоцкая И. В., Словарь современного российского журналиста (из опыта изучения профессионального языка) [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Высоцкая И.В. – М.: ИПЦ НГУ, 2016. 47 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785443705460.html>

2. Шестеркина Л. П., Универсальная журналистика: Учебник для вузов [Электронный ресурс] / Шестеркина Л. П. М.: Аспект Пресс, 2016. 480 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708417.html>

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;

- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).