

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

Е.В. Лазуткина

«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:	Нечаев А.Н., генеральный директор АНО «Издательский дом “Каспий”», председатель Астраханского регионального отделения Союза журналистов России Михайлова О.В., генеральный директор ООО «Радиосеть», председатель АРО «Союз журналистов России»
Направление подготовки	42.03.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ
Направленность (профиль) ОПОП	Медиакommunikации
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная
Год приема	2025
Курс	3
Семестр	5

Астрахань, 2025 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины «Копирайтинг» является обучение студентов практики подготовки PR-текстов.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- выявить специфику создания рекламных и имиджевых материалов и проанализировать критерии их эффективности.
- показать роль и значение имиджевого, рекламного и презентационного копирайтинга в развитии журналистики;
- проанализировать различные типы PR-текстов;
- изучить технологии создания современных PR-текстов.

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 профессиональной 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 проектной деятельности»

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

- «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.

2.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной (модулем): знания, полученные в ходе изучения курса «Копирайтинг», являются базой для освоения сопутствующих дисциплин «Введение в профессию» и последующих дисциплин «Нейминг в медиапроектировании», «Основы теории журналистики», «Социология массовой коммуникации», «Психология массовой коммуникации», «Теория и практика связей

с общественностью»» и др. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть также востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

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):

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

б) общепрофессиональных компетенций (ОПК): -

в) профессиональных компетенций (ПК):

ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

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)
УК-1	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	– основные методы критического анализа; – методологию системного подхода	– адекватно воспринимать информацию, – логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, – критически анализировать социально значимые проблемы и явления	– навыками постановки цели исследования, – способностью в устной и письменной речи логически оформить результаты мышления, – навыками решения социально значимых и научных проблем.
ПК-2	ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	- специфику разных типов СМИ и других медиа; - мировой и отечественный опыт СМИ	- осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	- навыками осуществления авторской деятельности

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 форм 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	
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	
Объем дисциплины в академических часах	72	
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	36	
- занятия лекционного типа		
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	36	
- практическая подготовка (если предусмотрена)		
- консультация (предэкзаменационная)		
- промежуточная аттестация по дисциплине		
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	36	
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Зачет - семестр 5	

Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР , ча с.	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				
Тема 1. Принципы копирай- тинга. Жанровая типология PR-текстов			3,6					3,6	7,2	Устный опрос, семинар
Тема 2. Основы правки PR- текстов			3,6					3,6	7,2	Устный опрос, семинар
Тема 3. PR-тексты оператив- но-новостных жанров			3,6					3,6	7,2	Устный опрос, семинар
Тема 4. PR-тексты исследова- тельской-новостных жанров			3,6					3,6	7,2	Устный опрос, семинар
Тема 5. PR-тексты фактоло- гических жанров			3,6					3,6	7,2	Устный опрос, семинар
Тема 6. PR-тексты исследова-			3,6					3,6	7,2	Устный

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Контактная работа, час.							СР , ча с.	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				
тельских жанров										опрос, семинар
Тема 7. PR-тексты образно-новостных жанров			3,6					3,6	7,2	Устный опрос, семинар
Тема 8. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты			3,6					3,6	7,2	Устный опрос, семинар
Тема 9. Листовка как разнообразность комбинированных PR-текстов			3,6					3,6	7,2	Устный опрос, семинар
Тема 10. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит			3,6					3,6	7,2	Устный опрос, семинар
Контроль промежуточной аттестации										Зачет
ИТОГО за семестр:			36					36	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
		УК-1	ПК-2		
Тема 1. Принципы копирайтинга. Жанровая типология PR-текстов	7,2	+	+		2
Тема 2. Основы правки PR-текстов	7,2	+	+		2
Тема 3. PR-тексты оперативно-новостных жанров	7,2	+	+		2
Тема 4. PR-тексты исследовательско-новостных жанров	7,2	+	+		2
Тема 5. PR-тексты фактологических жанров	7,2	+	+		2
Тема 6. PR-тексты исследовательских жанров	7,2	+	+		2
Тема 7. PR-тексты образно-новостных жанров	7,2	+	+		2
Тема 8. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты	7,2	+	+		2

Тема 9. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов	7,2	+	+		2
Тема 10. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит	7,2	+	+		2
Итого	72	+	+		2

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Принципы копирайтинга. Жанровая типология PR-текстов

Понятие «копирайтинг». Основные цели и задачи копирайтинга. Основные принципы. Проблема определения понятия «PR-текст». Проблема жанровой типологии PR-текстов. Эволюция современного PR-текста. Определение термина «жанр». Определение понятия «жанр PR-текста». Основные признаки жанра PR-текста. Типология текстов PR А. Н. Чумикова. Типология текстов PR С. В. Пономарева. Типология текстов PR А. Д. Кривоносова. Типология текстов PR К. А. Ивановой. Типология текстов PR А. Е. Богоявленского. Типология текстов PR С. С. Шляховой.

Тема 2. Основы правки PR-текстов

Принципы «простого» письма (упрощение сложных конструкций). Понятие стоп-слов (языкового мусора), способы их удаления. Части речи, желательные и нежелательные для медиатекстов. Конструкции, утяжеляющие тексты и способы их упрощения. Пунктуация (знаки допустимые и нежелательные). Оценочная лексика. «Пустая» информация и способы ее замены на значимую. Понятие и основные признаки канцелярита, способы очищения текстов от канцеляризмов. Штампы, их недопустимость в медиатекстах. Термины: случаи оправданного и неоправданного употребления. Визуальное восприятие текстов (абзацы, их емкость, «красная строка»).

Тема 3. 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 4. 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 5. 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 6. 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 7. 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 8. 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 9. 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 10. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит

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 медиа-кит. Субъект PR в медиа-ките. Цели. Адресат. Состав материалов в медиа-ките.

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 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 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.

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 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 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

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
Тема 1. Принципы копирайтинга. Жанровая типология PR-текстов Основные признаки жанра PR-текста.	3,6	Подготовка к собеседованию
Тема 2. Основы правки PR-текстов Визуальное восприятие текстов (абзацы, их емкость, «красная строка»).	3,6	Подготовка к собеседованию
Тема 3. PR-тексты оперативно-новостных	3,6	Подготовка к

<i>жанров</i> Структура и содержание приглашения на пресс-конференцию. Структура и содержание приглашения на презентацию		собеседованию
<i>Тема 4. PR-тексты исследовательско-новостных жанров</i> Цель спонсорского бэкграундера. Правила оформления аналитической справки (аналитические записки).	3,6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 5. PR-тексты фактологических жанров</i> Определение биографии как жанра PR-текста. Структура и содержание биографии. Разновидности биографии и их характерные черты.	3,6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 6. PR-тексты исследовательских жанров</i> Определение жанра коммюнике.	3,6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 7. 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.	3,6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 8. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты</i> Структура резюме. Правила оформления резюме. Сопровождающие материалы. Пресс-ревью и его цели.	3,6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 9. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов</i> Структура политической листовки, обязательные и факультативные компоненты.	3,6	Подготовка к собеседованию
<i>Тема 10. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит</i> Структура пресс-кита. Отличия информационного пакета от пресс-кита.	3,6	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 теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

Проведение зачета

Оценивание студентов на экзамене осуществляется в соответствии с требованиями и критериями 100-балльной шкалы. Учитываются как результаты текущего контроля, так и знания, навыки и умения, непосредственно показанные студентами в ходе 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 занятия	Лабораторная работа
Тема 1. Принципы копирайтинга. Жанровая типология PR-текстов	Не предусмотрено	Семинар	Не предусмотрено
Тема 2. Основы правки PR-текстов	Не предусмотрено	Семинар	Не предусмотрено
Тема 3. PR-тексты оперативно-новостных жанров	Не предусмотрено	Семинар	Не предусмотрено
Тема 4. PR-тексты исследовательско-новостных жанров	Не предусмотрено	Семинар	Не предусмотрено
Тема 5. PR-тексты фактологических жанров	Не предусмотрено	Семинар	Не предусмотрено
Тема 6. PR-тексты исследовательских жанров	Не предусмотрено	Семинар	Не предусмотрено
Тема 7. PR-тексты образно-новостных жанров	Не предусмотрено	Семинар	Не предусмотрено
Тема 8. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты	Не предусмотрено	Семинар	Не предусмотрено
Тема 9. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов	Не предусмотрено	Семинар	Не предусмотрено

Тема 10. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит	Не предусмотрено	Семинар	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) 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) «Копирайтинг» 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
--	--	----------------------------------

Принципы копирайтинга. Жанровая типология PR-текстов	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар
Основы правки PR-текстов	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар
PR-тексты оперативно-новостных жанров	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар
PR-тексты исследовательско-новостных жанров	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар
PR-тексты фактологических жанров	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар
PR-тексты исследовательских жанров	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар
PR-тексты образно-новостных жанров	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар
Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар
Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар
Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит	УК-1, ПК-2	Устный опрос, семинар

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, вы-

	полняет 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. Жанровая типология PR-текстов

Вопросы семинара

Принципы копирайтинга.

Жанровая типология PR-текстов

Тема 2. Основы правки PR-текстов

Вопросы семинара

Конструкции, утяжеляющие тексты и способы их упрощения.

Понятие и основные признаки канцелярита, способы очищения текстов от канцеляризмов.

Штампы, их недопустимость в медиатекстах.

Термины: случаи оправданного и неоправданного употребления.

Визуальное восприятие текстов (абзацы, их емкость, «красная строка»).

Тема 3. PR-тексты оперативно-новостных жанров:

Вопросы семинара

Дайте определение пресс-релиза, укажите его виды.

Назовите виды приглашений.

Укажите возможные формы обращения в приглашении.

Какова структура и содержание приглашения на пресс-конференцию?

Какова структура и содержание приглашения на презентацию?

Сформулируйте основные различия, касающиеся содержания пресс-релиза и приглашения.

Тема 4. PR-тексты исследовательско-новостных жанров

Вопросы семинара

Охарактеризуйте особенности исследовательско-новостных жанров.

Какие разновидности исследовательско-новостных жанров вы знаете?

Охарактеризуйте структуру и содержание бэкграундера (по абзацам).

Дайте определение аналитической справки как PR-текста.

Тема 5. PR-тексты фактологических жанров

Вопросы семинара

Назовите виды фактологических жанров

Какая информация может содержаться в факт-листе?

Назовите разновидности биографии и укажите их характерные черты.

С каким журналистским жанром имеет схожие черты биография-повествование?

Тема 6. PR-тексты исследовательских жанров

Вопросы семинара

Охарактеризуйте исследовательские жанры PR-текстов, назовите их виды.

Укажите цель написания заявления.

Охарактеризуйте особенности структуры и содержания заявления для СМИ.

Укажите стилистико-языковые особенности жанра заявления.

Охарактеризуйте структуру и содержание открытого письма.

Тема 7. PR-тексты образно-новостных жанров

Вопросы семинара

Охарактеризуйте поздравление как жанр PR-текста.

Чем отличается поздравление как жанр PR-текста от обычного (личного) поздравления?

Охарактеризуйте структуру и содержание поздравления.

Охарактеризуйте структуру и содержание письма как жанра PR-текста.

Тема 8. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты

Вопросы семинара

Дайте определение смежным PR-текстам, перечислите их виды.

Охарактеризуйте слоган как смежный жанр PR-текста, укажите его виды.

Дайте определение политического слогана и охарактеризуйте его с точки зрения содержания.

Укажите основные структурные модели политического слогана.

Тема 9. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов

Вопросы семинара

Каковы цели политической листовки?

Укажите типы политических листовок по форме и перечислите каналы распространения.

Назовите виды политических листовок по содержанию и охарактеризуйте каждый из них.

Опишите структуру политической листовки, выделите в ней обязательные и факультативные компоненты.

Тема 10. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит

Вопросы семинара

Дайте определение пресс-кита, укажите его цели.

Что такое медиа-кит?

Кто является субъектом PR в медиа-ките?

Кому он предназначен и с какой целью?

Какие материалы входят в медиа-кит?

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачет

1. Принципы копирайтинга. Жанровая типология PR-текстов
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. Имиджевая статья, имиджевое интервью и кейс-стори как виды PR-медиа-текстов
8. Слоган организации, резюме и пресс-ревью как смежные PR-тексты

9. Фотография как визуальная разновидность PR-текста
10. Корпоративное издание
11. Пресс-кит, информационный пакет и медиа-кит
12. Листовка как разновидность комбинированных PR-текстов
13. Специфика PR-текстов в Интернете

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				
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) односторонний 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) непроизвольное 3) глубокое	3	3
5		Медиапроект – это... 1) это самостоятельно разработанный и изготовленный медиапродукт, выполненный под контролем с использованием современных медиатехнологий 2) популярное СМИ 3) телевизионный видеоконтент	1	3
1.	Задание открытого типа	Такая техническая характеристика печатных средств массовой информации, как ..., – это	Объем	2

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		количество полос (страниц)		
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...	Корректур	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 модератором (автором гайда) для реализации задач исследования. 1. гайд 2. мем 3. квиз 4. катгайд	1	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
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 недо-рого	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.		По формам рекламной коммуникации различают переходные, или синтетические, формы рекламных текстов, в частности, ... коммуникативный тип является смешанным и помимо аудио, вербальных и визуальных компонентов применяет и видео	Мультимедийный	
	Задание открытого типа			

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
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. Красноярской), являются субъекты информационно-коммуникационных процессов (массмедиа, средства массовой информации)	Субъектно-медийному	

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 информации характерна возможность максимально точного измерения всех показателей рекламы: 1 Телевидение 2 Радио	4	3

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		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 коммуникативной 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
2.		Редактирование включает несколько видов правки, в частности, ... предпринимаемую редактором с целью	Правку-обработку	2

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		улучшения композиции, структуры произведения, устранения стилистических, логических и иных ошибок и недочетов		
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 отчетность 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).

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	10/5	50	По расписанию
2.	Выступления на семинарских занятиях	8/5	40	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	

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
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 (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, прочесть задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).