

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»  
Филологический факультет  
Кафедра общего и русского языкознания

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**СПИЧРАЙТИНГ И КОПИРАЙТИНГ**

Направление подготовки 45.03.01 Филология

Направленность (профиль) Отечественная филология

Квалификация выпускника бакалавр

Форма обучения очная

Протокол заседания кафедры от «5» июля 2024 г. протокол № 16.

Протокол ученого совета филологического факультета от «30» августа 2024 г. протокол № 1.

Москва 2024 год

## **Разработчики:**

Китанина Э.А., доктор филологических наук, профессор кафедры общего и русского языкознания ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

Ионова С.В., доктор филологических наук, профессор кафедры общего и русского языкознания ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

Гончарова Л.М., кандидат филологических наук, доцент кафедры общего и русского языкознания ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

### **1. Цель освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование системы теоретических знаний и практических навыков в области подготовки и организации публичного выступления (своего или на заказ); изучение концепций и специфики рекламного и PR-текста, а также практических навыков работы с текстами в рекламе и связях с общественностью; применение полученных теоретических сведений и практических навыков при создании текстов.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 45.03.01 «Отечественная филология», дисциплина «Спичрайтинг и копирайтинг» входит в состав вариативной части основной образовательной программы бакалавриата, относится к дисциплинам по выбору студента (Б1.В.ДВ.03.02) и изучается в 7 семестре.

### 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Требования к результатам освоения дисциплины

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции			
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	В результате обучения по дисциплине обучающиеся должны:		
		знать:	уметь:	владеть:
1	2	3	4	5
ОПК-5 Способен использовать в профессиональной деятельности, в том числе педагогической, свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке;	ОПК-5.2. Использует базовые методы и приемы различных типов устной и письменной коммуникации на изучаемом языке для осуществления профессиональной, в том числе педагогической деятельности	теоретические и исторические основы формирования современного русского литературного языка, базовые методы и приемы различных типов устной и письменной коммуникации;	применять полученные знания на практике в собственной профессиональной деятельности;	основным изучаемым языком в его устной и письменной литературной форме.
		принципы составления и оформления документов и текстов разных стилей и жанров, принципы написания рекламных текстов; нормы культурной речи, предъявляемые в рамках профессиональной коммуникации;	применять на практике принципы составления и оформления документов и текстов разных стилей и жанров, принципы написания рекламных текстов; нормы культурной речи, предъявляемые в рамках профессиональной коммуникации;	основными принципами составления и оформления документов и текстов разных стилей и жанров, принципами написания рекламных текстов; нормами культурной речи в рамках профессиональной коммуникации.
ПК-4. Владеет базовыми навыками доработки и	ПК-4.1 Знает основы стилистики, жанровой обработки и	методы исследований и практические задачи, связанные с анализом языкового и (или)	применять методы исследования языка, решать практические задачи, связанные с анализом языкового и	методами исследования языка, навыками решения практических задач,

<p>обработки различных типов текстов, составления аннотаций, обзоров, докладов, навыками реферирования информации, литературного редактирования устных и письменных текстов для осуществления реальной и виртуальной коммуникации</p>	<p>переработки текстов разных сфер реальной и виртуальной коммуникации</p>	<p>литературного материала и использованием языка;</p>	<p>(или) литературного материала и использованием языка;</p>	<p>связанных с анализом языкового и (или) литературного материала и использованием языка;</p>
		<p>жанры и жанровые характеристики рекламной и PR-коммуникации;</p>	<p>анализировать жанры и жанровые характеристики рекламной и PR-коммуникации</p>	<p>навыками анализа и создания рекламных и PR-текстов разных жанров.</p>
	<p>ПК-4.3. Осуществляет литературное редактирование и корректирование текстов различной степени глубины с учетом целей реальной и виртуальной коммуникации.</p>	<p>корректные методы при анализе языкового материала, принципы и задачи литературной правки и редактирования различных видов текстов;</p>	<p>применять корректные методы при анализе языкового материала, принципы и задачи литературной правки и редактирования различных видов текстов;</p>	<p>навыками анализа языкового материала, литературной правки и редактирования различных видов текстов.</p>
		<p>языковые способы создания продающих, продвигающих и имиджевых текстов;</p>	<p>использовать языковые способы создания продающих, продвигающих и имиджевых текстов;</p>	<p>навыками создания продающих, продвигающих и имиджевых текстов</p>
<p>ПК-5 Владеет навыками участия в разработке, реализации и публичном представлении результатов научно-исследовательских, образовательных, книгоиздательских, медийных проектов в избранной сфере профессиональной деятельности</p>	<p>ПК-5.1 Имеет представление о принципах и целях проектной деятельности в области филологии.</p>	<p>основные виды проектной деятельности;</p>	<p>использовать в практической деятельности основные виды проектной деятельности;</p>	<p>навыками использования в практической деятельности основные виды проектной деятельности;</p>
		<p>базовую терминологию, относящуюся к области спичрайтинга и копирайтинга;</p>	<p>применять базовую терминологию, относящуюся к области спичрайтинга и копирайтинга;</p>	<p>навыками использования базовой терминологии, относящейся к области к области спичрайтинга и копирайтинга.</p>

## 4. Объем, структура и содержание дисциплины

### 4.1. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	очная форма обучения
	2 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	<b>2</b>
Количество часов по учебному плану (час.)	<b>72</b>
Контактная работа (всего)	<b>24</b>
В том числе:	
Лекции	<b>12</b>
Практические занятия	<b>12</b>
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа (всего)	<b>46</b>
Форма промежуточной аттестации – зачет	<b>2</b>

## 4.2. Структура и содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов дисциплины	Количество часов по учебному плану	Контактная работа (часы), из них			Самостоятельная работа	Форма промежуточной аттестации	Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы			
	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма
1. Спичрайтинг как вид филологической деятельности и технология массовой коммуникации.	12	2	2		8		<b>УО, Э, Т, Д</b>
2. Медиатекст: типологический и функциональный аспект	12	2	2		8		<b>УО, Э, Т, Д</b>
3. Информационно-структурные качества устного выступления. Написание текста публичного выступления. Организация устного публичного выступления	14	2	2		10		<b>УО, Э, Т, Д</b>
4. Понятие и сущность копирайтинга. Коммуникативные стратегии рекламных текстов.	10	2	2		6		<b>УО, Э, Т, Д</b>
5. Виды текстов в рекламе и PR. Сущностные характеристики рекламного и PR-текстов.	12	2	2		8		<b>УО, Э, Т, Д</b>
6. Структурная организация текстовых сообщений в рекламе. Создание и редактирование рекламного текста	10	2	2		6		<b>УО, Э, Т, Д</b>
Форма промежуточной аттестации – зачет	2					2	
Итого	72	12	12		46	2	

### Примечание:

**Условные обозначения форм контроля:** УО – устный опрос, Т – тест, Э – эссе, Д – доклад

## 5. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Спичрайтинг и копирайтинг» применяются следующие образовательные технологии:

- практические занятия,
- устные опросы студентов,
- выступления с докладами и сообщениями,
- тестирование,
- собеседование.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов курса, выполнение домашних работ, включающих отработку изученных правил, подготовку презентаций и докладов, подготовку рефератов.

## 6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебная и учебно-методическая литература, учебно-методические и другие материалы, необходимые для изучения дисциплины:

### 6.1. Список учебной литературы

#### Основная литература:

1. Трищенко, Д. А. Копирайтинг: Учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542706> (дата обращения: 12.11.2024).

2. Кашаева, Е. Ю. Теория и практика спичрайтинга: Учебник для бакалавров / Е. Ю. Кашаева, Л. Г. Павлова. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2019. — 316 с. — ISBN 978-5-9275-3214-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100205.html> (дата обращения: 12.11.2024).

#### Дополнительная литература:

1. Луговой, Д. Б. Копирайтинг: Учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75579.html> (дата обращения: 12.11.2024)

### 6.2. Словари и справочники:

1. Большая Российская энциклопедия. - <https://old.bigenc.ru/> (Электронная версия издания с открытым доступом в Интернет)

### 6.3. Периодические издания:

1. Вопросы языкознания: Научный журнал. - <https://vja.ruslang.ru/ru/archive> (Архив журнала с открытым доступом в Интернет).

### 6.4. Перечень информационно-телекоммуникационных ресурсов

Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность (свободный доступ/ ограниченный доступ)
Информационно-справочные системы		
Научная электронная библиотека и Российский индекс научного цитирования	<a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a>	необходима регистрация

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех	<a href="http://gramota.ru">http://gramota.ru</a>	доступ не ограничен
Электронно-библиотечные системы		
ЭБС IPR Smart	<a href="https://iprbookshop.ru">https://iprbookshop.ru</a>	необходима регистрация
ЭБС Юрайт	<a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a>	необходима регистрация
Профессиональные базы данных		
Интернет-портал «Образование на русском»	<a href="http://pushkininstitute.ru/">http://pushkininstitute.ru/</a>	доступ не ограничен

### 6.3. Содержание самостоятельной работы

#### Раздел 1. Спичрайтинг как вид филологической деятельности и технология массовой коммуникации.

##### Вопросы для самостоятельной работы:

1. История спичрайтинга. Особенности развития спичрайтинга в России.
2. Спичрайтинг как вид филологической деятельности.
3. Специфика работы спичрайтера в сфере массовой коммуникации

##### Задания для самостоятельной работы:

1. Изучение теоретического материала по теме;
2. Аннотирование, реферирование, конспектирование литературы.
3. Подготовка письменных и устных сообщений при использовании основных источников, а также докладов, обсуждений по проблемным вопросам на основе материалов дополнительных источников.
4. Работа с Интернет-ресурсами по изучаемой тематике и подготовка аналитических обзоров, докладов (в устной и письменной форме).

#### Раздел 2. Медиатекст: типологический и функциональный аспект

##### Вопросы для самостоятельной работы:

1. Классификации публичных речей по функциональным признакам: информационные, убеждающие, аналитические, протоколно-этикетные.
2. Классификация публичных речей по сферам применения: политический спичрайтинг, спичрайтинг в бизнесе.
3. Публичное выступление и его особенности.
4. Модель коммуникативного акта: Автор – Текст – Адресат. Стили общения. Дискурсивная личность и уровни её проявления.

##### Задания для самостоятельной работы:

1. Изучение теоретического материала по теме;
2. Аннотирование, реферирование, конспектирование литературы.
3. Подготовка письменных и устных сообщений при использовании основных источников, а также докладов, обсуждений по проблемным вопросам на основе материалов дополнительных источников.
4. Работа с Интернет-ресурсами по изучаемой тематике и подготовка аналитических обзоров, докладов (в устной и письменной форме).

#### Раздел 3. Информационно-структурные качества устного выступления. Написание текста публичного выступления. Организация устного публичного выступления

##### Вопросы для самостоятельной работы:

1. Средства художественной выразительности и их уместность. Информационная насыщенность выступления. Понятие напряженного и ненапряженного текста.
2. Информационные качества текста: противоречие между заложенной и воспринимаемой информацией. Средства повышения информационных показателей текста.
3. Устное выступление и языковая игра. Виды языковых игр в устном выступлении: фонетическая, словообразовательная, игра со значением.
4. Речевые приёмы искажения информации. Речевые приемы селекции информации. Приёмы умолчания информации.

##### Задания для самостоятельной работы:

1. Изучение теоретического материала по теме;
2. Аннотирование, реферирование, конспектирование литературы.

3. Подготовка письменных и устных сообщений при использовании основных источников, а также докладов, обсуждений по проблемным вопросам на основе материалов дополнительных источников.

4. Работа с Интернет-ресурсами по изучаемой тематике и подготовка аналитических обзоров, докладов (в устной и письменной форме).

#### **Раздел 4. Понятие и сущность копирайтинга. Коммуникативные стратегии рекламных текстов.**

##### **Вопросы для самостоятельной работы:**

1. «Копирайтинг», «спичрайтинг», «PR-текст» в системе коммуникаций компании.

2. Многообразие рекламных текстов: тексты для печатной рекламы, для радио- и телерекламы, рекламные тексты в интерактивных СМИ.

3. Влияние экстралингвистических факторов на понимание рекламного текста. Когнитивная модель обработки текста.

4. Апеллирование как часть рекламных коммуникативных стратегий. Доказательные схемы рекламного тезиса. Виды рекламных аргументов и специфика их использования.

##### **Задания для самостоятельной работы:**

1. Изучение теоретического материала по теме;

2. Аннотирование, реферирование, конспектирование литературы.

3. Подготовка письменных и устных сообщений при использовании основных источников, а также докладов, обсуждений по проблемным вопросам на основе материалов дополнительных источников.

4. Работа с Интернет-ресурсами по изучаемой тематике и подготовка аналитических обзоров, докладов (в устной и письменной форме).

#### **Раздел 5. Виды текстов в рекламе и PR. Сущностные характеристики рекламного и PR-текстов.**

##### **Вопросы для самостоятельной работы:**

1. Различия между PR и рекламными текстами: воздействие на аудиторию, специфика подачи информации, содержание информации.

2. Проблема жанровой типологии PR-текстов.

3. Специфика жанров рекламных текстов.

4. Особенности рекламного имени.

##### **Задания для самостоятельной работы:**

1. Изучение теоретического материала по теме;

2. Аннотирование, реферирование, конспектирование литературы.

3. Подготовка письменных и устных сообщений при использовании основных источников, а также докладов, обсуждений по проблемным вопросам на основе материалов дополнительных источников.

4. Работа с Интернет-ресурсами по изучаемой тематике и подготовка аналитических обзоров, докладов (в устной и письменной форме).

#### **Раздел 6. Структурная организация текстовых сообщений в рекламе. Создание и редактирование рекламного текста**

##### **Вопросы для самостоятельной работы:**

1. Содержательная видовая характеристика рекламных заголовков, формальные признаки в рекламных заголовках.

2. Иконичный тип коммуникативной стратегии ОРТ. Смешанный тип коммуникативных стратегий ОРТ.

3. Основные принципы стратегических, профессиональных подходов к составлению и использованию рекламных текстов.

4. Мифотехнологии в рекламе. Легенды рекламном тексте.

##### **Задания для самостоятельной работы:**

1. Изучение теоретического материала по теме;

2. Аннотирование, реферирование, конспектирование литературы.

3. Подготовка письменных и устных сообщений при использовании основных источников, а также докладов, обсуждений по проблемным вопросам на основе материалов дополнительных источников.
4. Работа с Интернет-ресурсами по изучаемой тематике и подготовка аналитических обзоров, докладов (в устной и письменной форме).

## **7. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся**

Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

### **7.1. Текущий контроль успеваемости**

Текущий контроль успеваемости учитывает следующие виды текущей аттестации: выполнение обучающимся всех видов контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины, и самостоятельную работу обучающегося. Все формы текущего контроля и активность участия студентов в практических и (или) лабораторных занятиях, критерии их оценивания представлены в рабочей программе дисциплины, технологической карте и фонде оценочных материалов (Приложения 1-2).

#### **7.1.1. Тематика и требования к структуре и содержанию докладов**

Примерная тематика докладов:

1. Принципы создания рекламных текстов.
2. Приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов.
3. Использование системного подхода при работе с брифом для создания рекламных концепций.
4. Визуальные образы: как правильно использовать «картинки» в письменных сообщениях.
5. Коммуникативные особенности процесса редактирования.
6. Трансформация ощущений в осмысленную информацию.
7. Особенности жанров печатной рекламы
8. Свойства рекламного текста.
9. Рекламные стратегии.
10. Роль позиционирования в нейминге.
11. Использование шестиэтапной формулы Глима для написания рекламного текста.
12. Элементы, из которых состоит аннотация. Значение аннотации для разработки рекламной стратегии.
13. Составляющие креативной стратегии.
14. Интонация, содержащаяся в рекламном тексте и изображении.
15. Различные подходы, используемые при создании рекламных текстов. Особенности эмоционального подхода.
16. Требования к спичрайтеру
17. Этические аспекты практической деятельности спичрайтера
18. Взаимодействие заказчика со спичрайтером
19. Виды вопросов и ответы на них в процессе публичного выступления
20. Рекламные и PR-тексты: их особенности и жанры
21. Нейминг. Языковые способы создания рекламного имени

22. Слоган. Характеристика и требования к рекламному слогану. Подходы к классификации

23. Композиционные элементы рекламного текста.

24. Пресс-релиз. Структура пресс-релиза.

25. Междисциплинарный характер спичрайтинга и копирайтинга: требования к специалисту.

### **Требования к структуре и содержанию доклада:**

- 1) титульный лист;
- 2) план работы с указанием страниц каждого пункта;
- 3) введение;
- 4) текстовое изложение материала с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;
- 5) заключение;
- 6) список использованной литературы;
- 7) приложения, которые состоят из таблиц, диаграмм, графиков, рисунков, схем (необязательная часть).
- 8) демонстрационные материалы в форме презентации.

Критерии	Показатели
Умение анализировать материал	-умение формулировать проблему исследования; -выдвигать корректные гипотезы; -умение намечать пути исследования; -умение отбирать материал; -умение сравнивать материал -умение верифицировать выводы; -умение обобщать, делать выводы; умение -сопоставлять различные точки зрения; -умение выстраивать убедительные логичные доказательства
Навыки публичного выступления на практическом занятии, создавать и использовать презентации	-четкий план доклада; -научный стиль изложения; -достаточность обоснования; -умение заинтересовать аудиторию; -построение видеоряда соответственно ходу рассуждений; -резюмирование промежуточных и окончательных решений

### **Требования к оценке доклада**

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется обучающемуся, если он полностью раскрыл тему доклада и смог ответить на все дополнительные вопросы;

- 3 балла выставляется обучающемуся, если он полностью раскрыл тему доклада, но не смог ответить на некоторые дополнительные вопросы;

- 2 балла выставляется обучающемуся, если он частично раскрыл тему доклада, но не смог ответить на дополнительные вопросы;

- 0 баллов выставляется обучающемуся, если он плохо раскрыл тему доклада и не ответил на дополнительные вопросы.

### 7.1.2. Тематика и требования к структуре и содержанию эссе

Примерная тематика эссе:

1. Основные архетипические образы, используемые в рекламе.
2. «Общечеловеческие ценности» как основа создания мифологических образов в рекламе.
3. «Риторические фигуры» (Р. Барт) мифотворчества, используемые в рекламе: отождествление, лишение истории, квантификация, «присоединение».
4. Эмоциональные и рациональные аргументы: их соотношение. Понятие контраргументации в рекламе.
5. Прагматика выступления и логические переходы от темы к теме.
6. Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания.
7. Дискурсивная личность и уровни её проявления
8. Функциональная значимость разных композиционных частей устного выступления
9. Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания.
10. Слоган как интегральная часть рекламной кампании. Характеристики слогана.

#### Требования к структуре и содержанию эссе:

- 1) титульный лист;
- 2) план работы с указанием страниц каждого пункта;
- 3) введение;
- 4) текстовое изложение материала с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;
- 5) заключение;
- 6) список использованной литературы;
- 7) приложения, которые состоят из таблиц, диаграмм, графиков, рисунков, схем (необязательная часть).

Критерии	Показатели
Умение анализировать материал	-умение формулировать проблему исследования; -выдвигать корректные гипотезы; -умение намечать пути исследования; -умение отбирать материал; -умение сравнивать материал -умение верифицировать выводы; -умение обобщать, делать выводы; умение -сопоставлять различные точки зрения; -умение выстраивать убедительные логичные доказательства
Навыки публичного выступления на практическом занятии, создавать и использовать презентации	-четкий план доклада; -научный стиль изложения; -достаточность обоснования; -умение заинтересовать аудиторию; -построение видеоряда соответственно ходу рассуждений; - резюмирование промежуточных и окончательных решений

### **Требования к оценке эссе**

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется обучающемуся, если он полностью раскрыл тему доклада и смог ответить на все дополнительные вопросы;
- 3-4 балла выставляется обучающемуся, если он полностью раскрыл тему доклада, но не смог ответить на некоторые дополнительные вопросы;
- 2 балла выставляется обучающемуся, если он частично раскрыл тему доклада, но не смог ответить на дополнительные вопросы;
- 0 баллов выставляется обучающемуся, если он плохо раскрыл тему доклада и не ответил на дополнительные вопросы.

#### **7.1.3. Тематика и требования к структуре и содержанию рефератов**

Данный вид работы не предусмотрен.

#### **7.1.4. Требования к выполнению контрольных работ**

Данный вид работы не предусмотрен.

#### **7.1.5. Требования к выполнению тестов**

##### **Примерные вопросы к тесту № 1:**

*Слоган – это:*

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

##### **Примерные вопросы к тесту № 2:**

*К характеристикам слогана не относится:*

- а) слоган является базовой константой рекламной кампании;
- б) слоган может существовать изолировано;
- в) слоган должен зацепить личный интерес человека.

##### **Примерные вопросы к тесту № 3:**

*Выделяют следующие виды заголовков:*

- а) рациональные и эмоциональные;
- б) прямые и косвенные;
- в) моральные, рациональные и эмоциональные.

##### **Примерные вопросы к тесту № 4:**

*Эхо-фраза – это:*

- а) фраза, заключающая в себе рекламное сообщение;
- б) основной рекламный текст;
- в) лозунг фирмы.

## Примерные вопросы к тесту № 5:

**Модальные операторы возможности – это:**

- а) слова, которые предлагают выбор;
- б) слова, призывающие к действию;
- в) слова, отвечающие основным потребностям.

### Критерии оценки теста

Критерии	Показатели
Оформление теста	- соблюдение требований к оформлению письменной работы; - грамотность: отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей.
Степень раскрытия поставленных вопросов и заданий	- правильность ответов; - владение материалом и умение выбрать из него то, что требует ответ на вопрос; - краткость и четкость ответов на открытые задания.

Шкала оценивания теста (в баллах):

Тест состоит из 5 вопросов.

- 5 баллов выставляется студенту, если он ответил на все 5 вопросов;

Каждый правильный ответ на вопрос оценивается в 1 балл.

### 7.1.6. Требования к подготовке проекта

Требования к структуре и содержанию проекта

#### Задание:

1. Создайте рекламное имя для выбранного Вами товара, соответствующее определенному техническому заданию.

2. Определите товарную категорию, тип продукта.

3. Создайте к нему слоган, разработайте логотип.

4. Опишите, как Вы видите концепцию развития данного бренда.

5. Напишите рекламные и PR-тексты для его продвижения.

6. Сделайте эскиз оформления в виде презентации.

• 50 % и менее выполненной работы от общего объема приравнивается к оценке «Неудовлетворительно»;

• за 51-70 % выполненной работы (самостоятельный, грамотно оформленная презентация, демонстрирующая средний/ниже среднего уровень систематизации знаний в области профессиональной деятельности с учетом парадигмы различных концепций отечественных и зарубежных исследователей) выставляется оценка «Удовлетворительно»;

• за 71-85 % выполненной работы (самостоятельный, грамотно оформленная презентация, демонстрирующая средний уровень знаний в области профессиональной деятельности с учетом парадигмы различных концепций отечественных и зарубежных исследователей) выставляется оценка «Хорошо»;

• за 86-100 % выполненной работы (самостоятельный, грамотно оформленная презентация, демонстрирующая высокий уровень систематизации знаний в области

профессиональной деятельности с учетом парадигмы различных концепций отечественных и зарубежных исследователей) выставляется оценка «Отлично».

Критерии	Показатели
Оформление проекта	- соблюдение требований к оформлению работы; - грамотность: отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей.
Степень раскрытия задания	- структура ответа; - краткость и четкость ответа; - правильность выдвинутых положений; - точность ответов на поставленные вопросы; - креативный подход; - понимание рекламной концепции; - владение материалом.

Шкала оценивания проекта: проект оценивается по шкале от 0 до 15 баллов.

## 7.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине обеспечивает оценку степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

### 7.2.1. Шкала оценивания уровня знаний

В Институте используется балльно-рейтинговая система оценивания уровня знаний обучающихся (далее – БРС). При БРС оценивание уровня знаний обучающихся осуществляется по 100-балльной и 5-балльной шкалах.

Перевод 100-балльной системы оценивания уровня знаний обучающихся в 5-балльную систему оценивания проводится по следующим соответствиям:

- 0 - 50 баллов = «неудовлетворительно», «не зачтено»
- 51 - 70 баллов = «удовлетворительно», «зачтено»
- 71 - 85 баллов = «хорошо», «зачтено»
- 86 -100 баллов = «отлично», «зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, набравшие не менее 51 балла в ходе проведения текущего контроля успеваемости. В случае наличия учебной задолженности обучающийся отрабатывает пропущенные занятия в форме, предложенной преподавателем и представленной в настоящей рабочей программе дисциплины в разделе самостоятельная работа.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета.

Результаты обучения оцениваются: «зачтено»/ «не зачтено».

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

### 7.2.2. Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. Типология текстов по типу субъекта высказывания: авторские и коллегиальные.
2. Классификации публичных речей по функциональным признакам.
3. Модель коммуникативного акта: Автор – Текст – Адресат.
4. Дискурсивная личность и уровни её проявления.

5. Междисциплинарный характер спичрайтинга.
6. Типология текстов для публичного выступления. Типология ораторов.
7. Междисциплинарный характер копирайтинга.
8. Жанры медиаречей: радиообращение, телеобращение, интерактивное общение.
9. Функциональная значимость разных композиционных частей устного выступления.
10. Основные принципы редактирования рекламного текста.
11. Классификация публичных речей по сферам применения.
12. Структура рекламного текста. Свойства рекламного текста
13. Как соотносятся аннотация и творческое резюме.
14. Основные особенности заголовка. Методики написания заголовка. Типы заголовков с точки зрения их содержания.
15. Функциональная значимость разных композиционных частей устного выступления
16. Понятие «спичрайтерство», виды спичрайтерства
17. Спичрайтинг как PR-технология. История спичрайтерства
18. Требования к спичрайтеру
19. Этические аспекты практической деятельности спичрайтера
20. Взаимодействие заказчика со спичрайтером
21. Достоинства письменного произведения
22. Недостатки письменных работ
23. Сбор и обработка собранного материала
24. Учет коммуникативных и психологических особенностей заказчика. Типы коммуникантов
25. Виды монологических речей
26. Монолог. Структура монолога
27. Принципы создания речи по какому-либо поводу
28. Виды вопросов и ответы на них в процессе публичного выступления
29. Мастерство устного выступления. Реакция на неполадки в процессе выступления
30. Копирайтинг как вид деятельности. Виды деятельности копирайтера
31. Рекламные и PR-тексты: их особенности и жанры
32. Нейминг. Языковые способы создания рекламного имени
33. Слоган. Характеристика и требования к рекламному слогану. Подходы к классификации
34. Композиционные элементы рекламного текста.
35. Этапы работы над созданием рекламного сообщения
36. Пресс-релиз. Структура пресс-релиза
37. Языковые приемы создания креатива
38. SEO-копирайтинг и рерайтинг как виды копирайтинга
39. Рекламное объявление и рекламная заметка: структура, особенности, принципы написания

40. Рекламное интервью и рекламная консультация: структура, особенности, принципы написания

41. Житейская история и рекламная статья: структура, особенности, принципы написания

42. Специфика рекламирования банковских и страховых услуг

43. Специфика рекламирования туристических услуг

44. Специфика рекламирования разных видов товаров и услуг

45. Междисциплинарный характер спичрайтинга и копирайтинга: требования к специалисту.

### 7.2.3. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине			
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
	0 - 50 баллов	51 - 70 баллов	71 - 85 баллов	86 -100 баллов
<b>Сформированность знаний (знать)</b>	Уровень знаний ниже минимальных требований.  Имели место грубые ошибки.  Невозможно оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа.	Минимально допустимый уровень знаний.  Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.  Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
<b>Сформированность умений (уметь)</b>	Отсутствие минимальных умений.  При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые ошибки.  Невозможно оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продемонстрированы основные умения.  Решены типовые задачи с негрубыми ошибками.  Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения.  Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками.  Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения.  Решены все основные задачи.  Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.
<b>Сформированность навыков (владеть)</b>	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.  Имели место грубые ошибки.  Невозможно оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продемонстрирован минимальный набор навыков.  Решены стандартные задачи с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы базовые навыки.  Решены стандартные задачи, но некоторые с недочетами.	Продемонстрировано всестороннее владение навыками.  Задачи, в том числе нестандартные, решены без ошибок и недочетов.

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещение для проведения занятий лекционного типа поточная аудитория на 100 посадочных мест укомплектовано: специализированной мебелью посадочные места, столы, доска, компьютер, интерактивная доска,

Помещение для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

Институт обеспечен следующим необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Microsoft Windows 10,
2. Microsoft Office 2016 стандартная,
3. Big Blue Button.

Филологический факультет  
**КАФЕДРА ОБЩЕГО И РУССКОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ**  
**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Спичрайтинг и копирайтинг»**

Курс – 4, семестр – 7

Уровень образования: бакалавриат

Направление 45.03.01 / Филология

Направленность (профиль) Отечественная филология

Трудоемкость дисциплины (зач. ед) – 2 з.е.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Преподаватель: Китанина Элла Анатольевна, Ионова Светлана Валентиновна, Гончарова Любовь Марковна

Смежные дисциплины по учебному плану:						
Общее языкознание						
ВВОДНЫЙ МОДУЛЬ						
(проверка «остаточных» знаний по смежным дисциплинам)						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Проверка имеющихся знаний	Тестовый контроль (задания закрытой и открытой формы)	0	5			
<b>Итого: 5</b>						
БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ						
(проверка знаний и умений по дисциплине)						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
1. Спичрайтинг как вид филологической деятельности и технология массовой коммуникации.	Устный опрос, тест	0	5	Письменное выполнение д/з	0	5
2. Медиатекст: типологический и функциональный аспект	Устный опрос, тест	0	5	Письменное выполнение д/з	0	5

3. Информационно-структурные качества устного выступления. Написание текста публичного выступления. Организация устного публичного выступления	Устный опрос, тест	0	5			
4. Понятие и сущность копирайтинга. Коммуникативные стратегии рекламных текстов.	Устный опрос, тест	0	5			
5. Виды текстов в рекламе и PR. Сущностные характеристики рекламного и PR-текстов.	Устный опрос, тест	0	5			
6. Структурная организация текстовых сообщений в рекламе. Создание и редактирование рекламного текста	Устный опрос, тест	0	5			
По всем темам	Доклад / эссе	0	5			
По всем темам	Итоговый тест	0	15			
Академическая активность	Выступление на семинарах систематическое выполнение д/з	0	5			
Посещаемость		0	5			
Промежуточная аттестация	Зачет	0	10			
<b>Итого: 80</b>						

<b>ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ</b>						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
По всем темам				Проект	0	15
<b>Итого: 15</b>						

Необходимый минимум для допуска к промежуточной аттестации 51 балл. Дополнительные требования для обучающихся, отсутствующих на занятиях по уважительной причине: отсутствуют.