

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ
Ответственный за образовательную
программу
д.э.н., проф. _____
(должность, уч. степень, звание)
К.В. Лосев _____
(инициалы, фамилия)
_____ (подпись)
«27» июня 2024 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Работа с текстами в рекламе и PR»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.04.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций
Форма обучения	очная
Год присма	2024

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

проф. д.э.н., проф. _____ 11.06.2024 К.В. Лосев _____
(должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«11» июня 2024 г, протокол № 10

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф. _____ 11.06.2024 К.В. Лосев _____
(уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф. д.и.н. доц. _____ 11.06.2024 Л.Ю. Гусман _____
(должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Работа с текстами в рекламе и PR» входит в образовательную программу высшего образования – программу магистратуры по направлению подготовки/ специальности 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-2 «Способен проводить научное исследование в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки содержания, экспертной оценки и продвижения текстов в связях с общественностью и рекламе. В ходе изучения дисциплины перед студентами ставятся следующие задачи:

- освоить знания и базовые навыки, касающиеся разработки концепций рекламного обращения, на основе которых создаются рекламные сообщения;

- усвоить типологические особенности документов в сфере связей с общественностью;

- получить представление об этапах, принципах и методах создания рекламных и pr-сообщений в целом и его вербальных составных частей (заголовков, подзаголовков, слоганов, эхо-фраз, основного текста и др.);

- освоить средства коммуникативного воздействия, используемых в текстах сферы связи с общественностью и рекламе, а также освоить первичные навыки использования этих средств при создании сообщений; освоить методики тестирования и экспертной оценки рекламного и pr-продукта с точки зрения их эффективности, а также с точки зрения их соответствия нормативным документам (законам и этическим кодексам).

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины является формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций для осуществления профессиональной деятельности в сфере разработки рекламных и рг-текстов, а также производства рекламного продукта посредством текстового оформления.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью	ПК-2.У.1 уметь формулировать концепции научных исследований в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.В.1 владеть навыками использования научных трудов и исследований при реализации коммуникационных стратегий

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Современный русский язык»;
- «Иностранный язык (профессиональный)»;
- «Цифровые технологии в рекламе и PR»;
- «Управление коммуникационными проектами».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Особенности иностранной лексики в сфере научного PR и рекламы»;
- «Технологии коммуникаций с целевыми аудиториями»;
- «Разработка и реализация коммуникационной стратегии»;
- «Производственная практика научно-исследовательская работа».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№2
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	5/ 180	5/ 180
Из них часов практической подготовки	34	34

Аудиторные занятия , всего час.	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)		
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	34	34
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	54	54
Самостоятельная работа , всего (час)	92	92
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 2					
Тема 1. Текст в связях с общественностью. PR-текст и его место среди других текстов в сфере массовых коммуникаций.	-	2	-	-	6
Тема 2. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский). Методы определения PR-происхождения текста в средствах массовой информации	-	2	-	-	6
Тема 3. Пресс-релиз. Проблемное поле эффективного пресс-релиза	-	2	-	-	6
Тема 4. Оперативно-новостные и исследовательско-новостные жанры PR-текстов	-	2	-	-	6
Тема 5. Фактологические, исследовательские и образно-новостные жанры PR-текстов	-	2	-	-	6
Тема 6. Медiateкст: общая характеристика, жанры	-	2	-	-	6
Тема 7. Комбинированные и смежные PR-тексты	-	2	-	-	7
Тема 8. Принципы классификации PR-текстов	-	2	-	-	7
Тема 9. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста	-	3	-	-	7
Тема 10. Рекламный слоган	-	3	-	-	7
Тема 11. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении	-	3	-	-	7
Тема 12. Принципы создания текста для различных средств распространения рекламы	-	3	-	-	7

Тема 13. Коммуникативное воздействие и манипулирование в рекламе	-	3	-	-	7
Тема 14. Оценка коммуникативной эффективности и тестирование креативных разработок	-	3	-	-	7
Итого в семестре:	-	34	-	-	92
Итого	0	34	0	0	92

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
	Учебным планом не предусмотрено

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 2					
1	Анализ PR-текста согласно теоретической модели PR-коммуникации	Групповая дискуссия	2	2	1
2	Найти и выявить сущностные характеристики PR-текста	Практика письма	3	3	1
3	Пресс-релиз	Практика письма	3	3	1
4	Приглашение для представителей СМИ на мероприятие	Практика письма	3	3	1
5	Написать три вида собственной биографии	Практика письма	3	3	1
6	Переработать текст имиджевой статьи в имиджевое интервью	Практика письма	3	3	1
7	Создание пресс-	Практика письма	3	3	1

	ревью				
8	Соотнести PR-тексты с принятыми классификациями	Групповая дискуссия	2	2	1
9	Составление пресскита	Практика письма	3	3	1
10	Создание рекламного слогана		3	3	1
11	Составить таблицу с видами комбинированных PR-текстов	Групповая дискуссия	3	3	1
12	Написание кейс-стори	Практика письма	3	3	1
Всего			34	34	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 2, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	60	60
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10
Домашнее задание (ДЗ)	12	12
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	10	10
Всего:	92	92

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий
Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.
Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: http://znanium.com/bookread.php?book=326841	Модели анализа рекламного текста: Учебное пособие / Н.В. Аниськина, Т.Б. Кольшкіна. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2019. - 304 с.	
URL: http://znanium.com/bookread.php?book=410067	Иссерс, О. С. Речевое воздействие [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / О. С. Иссерс. - М. : Флинта : Наука, 2021. - 224 с.	
URL: http://znanium.com/bookread.php?book=243837	Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие / М.В. Гундарин. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Форум, 2021. - 312 с.	
URL: http://znanium.com/go.php?id=419073	Аниськина Наталия Васильевна, Кольшкіна Татьяна Борисовна. Наружная реклама. Москва Издательство "ФОРУМ" Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 208 с.	
URL: http://znanium.com/go.php?id=369368	Чумиков Александр Николаевич, Бочаров	

	Михаил Петрович. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 329 с.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/2082985	Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - 5-е изд. - Москва : Издательско- торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 130 с.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1995306	Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда) / В. Л. Музыкант, Д. С. Скнарев. - Москва : Директ-Медиа, 2019. - 273 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
http://lib.aanet.ru/	Электронные ресурсы ГУАП
https://e.lanbook.com/	ЭБС «Лань»
http://znanium.com/	ЭБС «ZNANIUM»
https://ryba.team/b2b	Мини-библиотека для бизнеса о контент-маркетинге

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
-------	--------------

1	Microsoft Windows, Microsoft Office
---	-------------------------------------

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	
4	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену; Тесты.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1.	PR-текст: определение и его основные характеристики	ПК-2.У.1
2.	PR-информация в публичных коммуникациях	ПК-2.У.1
3.	PR-текст как объект научного изучения	ПК-2.У.1
4.	PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский)	ПК-2.У.1

5.	Рекламный текст и PR-текст	ПК-2.В.1
6.	Журналистский текст и PR-текст	ПК-2.В.1
7.	Классификации и типологии PR- текстов	ПК-2.У.1
8.	Источники PR-текстов	ПК-2.У.1
9.	Жанровая типология простых первичных PR-текстов	ПК-2.У.1
10.	Оперативно-новостные жанры PR- текстов	ПК-2.У.1
11.	Пресс-релиз	ПК-2.В.1
12.	Приглашение	ПК-2.В.1
13.	Исследовательско-новостные жанры	ПК-2.У.1
14.	Бэкграундер	ПК-2.В.1
15.	Лист вопросов-ответов	ПК-2.У.1
16.	Фактологические жанры	ПК-2.У.1
17.	Факт-лист	ПК-2.В.1
18.	Биография	ПК-2.У.1
19.	Исследовательские жанры	ПК-2.У.1
20.	Заявление	ПК-2.В.1
21.	Образно-новостные жанры	ПК-2.У.1
22.	Байлайнер	ПК-2.В.1
23.	Поздравление	ПК-2.У.1
24.	Письмо	ПК-2.У.1
25.	Характеристика комбинированных и медиатекстов.	ПК-2.У.1
26.	Комбинированные тексты	ПК-2.У.1
27.	Пресс-кит	ПК-2.У.1
28.	Буклет, проспект, брошюра	ПК-2.В.1
29.	Ньюслеттер	ПК-2.В.1
30.	Листовка	ПК-2.У.1
31.	Медиатексты	ПК-2.В.1
32.	Имиджевая статья	ПК-2.У.1
33.	Имиджевое интервью	ПК-2.У.1
34.	Кейс-стори	ПК-2.В.1
35.	Смежные тексты	ПК-2.У.1
36.	Слоган	ПК-2.В.1
37.	Резюме	ПК-2.В.1
38.	Пресс-ревью	ПК-2.В.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.
Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора																		
	<p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какой элемент текста является наиболее важным для привлечения внимания читателя? а) Подзаголовок б) Завершение в) Основной текст г) Иллюстрация</p> <p>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие из следующих элементов являются важными для создания эффективного рекламного текста? а) Четкий заголовок б) Призыв к действию в) Длинные абзацы г) Эмоциональная связь</p> <p>3. Прочитайте текст и сопоставьте элементы из двух колонок. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АВС.</p> <table border="1" data-bbox="347 1108 1295 1818"> <thead> <tr> <th data-bbox="347 1108 818 1144">Элементы</th> <th data-bbox="818 1108 1295 1144">Описание</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="347 1144 818 1220">1) Призыв к действию</td> <td data-bbox="818 1144 1295 1220">А) Краткое утверждение, представляющее продукт.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1220 818 1332">2) Сторителлинг</td> <td data-bbox="818 1220 1295 1332">В) Инструмент для привлечения внимания и действия.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1332 818 1408">3) Заголовок</td> <td data-bbox="818 1332 1295 1408">С) Более полное описание события или новости компании.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1408 818 1485">4) Пресс-релиз</td> <td data-bbox="818 1408 1295 1485">Д) Использование историй для вовлечения аудитории.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1485 818 1561">5) Слоган</td> <td data-bbox="818 1485 1295 1561">Е) Обобщение мнений клиентов о продукте.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1561 818 1637">6) Рыночные исследования</td> <td data-bbox="818 1561 1295 1637">F) Заголовок, который сразу привлекает внимание.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1637 818 1749">7) Отзывы клиентов</td> <td data-bbox="818 1637 1295 1749">G) Исследование потребностей и предпочтений целевой аудитории.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 1749 818 1818">8) Контент в социальных сетях</td> <td data-bbox="818 1749 1295 1818">H) Чаще всего включает изображения и видеоконтент.</td> </tr> </tbody> </table> <p>4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность действий для создания эффективного рекламного текста. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1) Определение целевой аудитории 2) Исследование конкурентного окружения</p>	Элементы	Описание	1) Призыв к действию	А) Краткое утверждение, представляющее продукт.	2) Сторителлинг	В) Инструмент для привлечения внимания и действия.	3) Заголовок	С) Более полное описание события или новости компании.	4) Пресс-релиз	Д) Использование историй для вовлечения аудитории.	5) Слоган	Е) Обобщение мнений клиентов о продукте.	6) Рыночные исследования	F) Заголовок, который сразу привлекает внимание.	7) Отзывы клиентов	G) Исследование потребностей и предпочтений целевой аудитории.	8) Контент в социальных сетях	H) Чаще всего включает изображения и видеоконтент.	<p>ПК-2.У.1 ПК-2.В.1</p>
Элементы	Описание																			
1) Призыв к действию	А) Краткое утверждение, представляющее продукт.																			
2) Сторителлинг	В) Инструмент для привлечения внимания и действия.																			
3) Заголовок	С) Более полное описание события или новости компании.																			
4) Пресс-релиз	Д) Использование историй для вовлечения аудитории.																			
5) Слоган	Е) Обобщение мнений клиентов о продукте.																			
6) Рыночные исследования	F) Заголовок, который сразу привлекает внимание.																			
7) Отзывы клиентов	G) Исследование потребностей и предпочтений целевой аудитории.																			
8) Контент в социальных сетях	H) Чаще всего включает изображения и видеоконтент.																			

	3) Формулирование главного сообщения 4) Написание текста 5) Редакция и корректура 6) Тестирование и анализ реакции аудитории 7) Запуск рекламной кампании 8) Сбор обратной связи <i>5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i> Почему важно определять целевую аудиторию перед написанием текста?	
--	--	--

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме прослушанной лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

11.2. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;

– обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Практическая работа студента должна быть полностью самостоятельна, лишена некорректных заимствований. В учебных дискуссиях все должны демонстрировать уважительное отношение друг к другу, критиковать только содержание высказываний без перехода на личности. В деловых играх каждый участник стремится не отклоняться от заданной роли и достигать поставленного результата в честной борьбе.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Контроль текущей успеваемости осуществляется преподавателем посредством оценивания основных компонентов учебного процесса: мотивации студента, его активности при решении практических задач, своевременное прохождение контрольных мероприятий, степень усвоения им теоретических знаний самостоятельно, уровень овладения практическими умениями и навыками во всех видах учебной деятельности, его способность к самостоятельной исследовательской работе.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Основная форма проведения экзамена – устный ответ на вопросы, которые представлены в таблице 15 данной РПД.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой

Система оценивания тестовых заданий

Тестирование определяется пятью типами вопросов – 4 закрытых вопроса, предусматривающие выбор вариантов ответов и их обоснование и 1 открытый вопрос, предусматривающий развернутый ответ с аргументированием и примерами). Система оценивания заключается в следующем:

1 тип. Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.

2 тип. Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

3 тип. Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца). Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов

4 тип. Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр.

Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

5 тип. Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте. Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Ключи к тестированию, представленному в таблице 18 данной РПД, содержатся в таблице 1П данного приложения.

Таблица 1П – Ключи к тестированию, представленному в таблице 18 данной РПД

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
	<p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какой элемент текста является наиболее важным для привлечения внимания читателя? а) Подзаголовков б) Завершение в) Основной текст г) Иллюстрация Ответ: а) Подзаголовков</p> <p>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и</p>	<p>ПК-2.У.1 ПК-2.В.1</p>

запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.
Какие из следующих элементов являются важными для создания эффективного рекламного текста?

- a) Четкий заголовок
- b) Призыв к действию
- c) Длинные абзацы
- d) Эмоциональная связь

Ответы: a), b), d)

3. Прочитайте текст и сопоставьте элементы из двух колонок. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам ABC.

Элементы	Описание
1) Призыв к действию	A) Краткое утверждение, представляющее продукт.
2) Сторителлинг	B) Инструмент для привлечения внимания и действия.
3) Заголовок	C) Более полное описание события или новости компании.
4) Пресс-релиз	D) Использование историй для вовлечения аудитории.
5) Слоган	E) Обобщение мнений клиентов о продукте.
6) Рыночные исследования	F) Заголовок, который сразу привлекает внимание.
7) Отзывы клиентов	G) Исследование потребностей и предпочтений целевой аудитории.
8) Контент в социальных сетях	H) Чаще всего включает изображения и видеоконтент.

Ответ: 1 – B, 2 – D, 3 – F, 4 – C, 5 – A, 6 – G, 7 – E, 8 – H

4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность действий для создания эффективного рекламного текста. Запишите соответствующую последовательность цифр.

- 1) Определение целевой аудитории
- 2) Исследование конкурентного окружения
- 3) Формулирование главного сообщения
- 4) Написание текста
- 5) Редакция и корректура
- 6) Тестирование и анализ реакции аудитории
- 7) Запуск рекламной кампании
- 8) Сбор обратной связи

Ответ: 12345768

5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Почему важно определять целевую аудиторию перед написанием текста?

Пример аргументированного ответа:

Определение целевой аудитории перед написанием текста имеет несколько ключевых значений:

Адаптация контента: Понимание потребностей и предпочтений аудитории позволяет создать текст, который будет актуален и интересен для читателя.

Увеличение эффективности коммуникации: Текст, написанный с учетом специфики целевой аудитории, лучше воспринимается, что повышает вероятность успешной передачи сообщения.

Оптимизация ресурсов: Зная свою аудиторию, можно избежать лишних затрат времени и усилий на создание контента, который не вызовет интереса.

Определение стиля и языка: Разные аудитории могут требовать различного стиля и уровня сложности языка, что также необходимо учитывать при написании.

Повышение конверсии: Правильно сегментированная аудитория обеспечивает более высокий уровень отклика и действий (например, покупок или подписок), так как текст говорит на «языке» читателей.

Таким образом, четкое понимание целевой аудитории позволяет создавать более целенаправленный и эффективный контент.