

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)
20 февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Копирайтинг»
(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 приема	2025

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

зав. каф., д.э.н., проф.
(должность, уч. степень, звание)

10.02.2025
(подпись, дата)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

10 февраля 2025 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)

10.02.2025
(подпись, дата)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф. д.и.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)

10.02.2025
(подпись, дата)

Л.Ю. Гусман
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Копирайтинг» 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 технологией письма убедительных текстов с учетом специфики профессиональной компетенции.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: практические занятия, семинары, 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 не только информировать о рекламной технологии - копирайтинге, но и научить студентов составлять рекламные тексты. Мыслить с учетом мотивов, потребностей покупателя, чтобы при разработке продукции, услуги будущий профессионал создавал товар не абстрактный, а нужный и полезный, конкурентоспособный в рамках не только российского, но и глобального рынка.

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) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 2					
Тема 1. Эффективность текста	-	2	-	-	4,5
Тема 2. Мотивы. Потребности. AIDA	-	2	-	-	5
Тема 3. Логотип и слоган	-	2	-	-	5,5
Тема 4. Заголовок	-	2	-	-	5,5
Тема 5. Порядок слов в предложении	-	2	-	-	5,5
Тема 6. Основной текст.	-	2	-	-	5,5
Тема 7. Аргументация.	-	2	-	-	5,5
Тема 8. Иллюстрации.	-	2	-	-	5,5
Тема 9. Коды.	-	2	-	-	5,5
Тема 10. Оформление.	-	2	-	-	5,5
Тема 11. Членение текста.	-	2	-	-	5,5
Тема 12. Литературная обработка.	-	2	-	-	5,5
Тема 13. До публикации.	-	2	-	-	5,5
Тема 14. Опросы.	-	2	-	-	5,5
Тема 15. Задачи рекламы.	-	2	-	-	5,5
Тема 16. Жизненный цикл продукта.	-	2	-	-	5,5
Тема 17. Реклама на разных носителях.	-	2	-	-	5,5
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.	Эффективность текста	Групповая дискуссия	2	2	1
2.	Мотивы. Потребности. AIDA	Групповая дискуссия	2	2	1
3.	Логотип и слоган	Практика письма	2	2	1
4.	Заголовок	Практика письма	2	2	1
5.	Порядок слов в предложении	Практика письма	2	2	1
6.	Основной текст	Практика письма	2	2	1
7.	Аргументация	Практика письма	2	2	1
8.	Иллюстрации	Практика письма	2	2	1
9.	Кода	Практика письма	2	2	1
10.	Оформление	Решение ситуационных задач	2	2	1
11.	Членение текста	Решение ситуационных задач	2	2	1
12.	Литературная обработка	Решение ситуационных задач	2	2	1
13.	До публикации	Ролевая игра	2	2	1
14.	Опросы	Ролевая игра	2	2	1
15.	Задачи рекламы	Деловая игра	2	2	1
16.	Жизненный цикл продукта	Деловая игра	2	2	1
17.	Реклама на разных носителях	Деловая игра	2	2	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)	70	70
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	5	5
Домашнее задание (ДЗ)	12	12
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	5	5
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/catalog.php?bookinfo=543676	Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М,	

	2020. - 247 с.	
URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391714	Стилистика и культура русской речи: Учебник / Т.Я. Анохина, О.П. Гонtareва и др.; Под ред. проф. Т.Я. Анохиной. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 320 с.	
URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=911918	Копирайтинг: тексты, которые продаются: Пособие / Судоргина З., - 2-е изд. - Рн/Д:Феникс, 2021. - 280 с.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/513046	Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - Москва :Дашков и К, 2020. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5.	
URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=476257	Книга. Текст. Коммуникация. Словарь-справочник новейших терминов и понятий: Справочник/Щербинина Ю. В. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 304 с.	
URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=910391	Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 284 с.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/989628	SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / Шамина И.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2020. - 260 с.: ISBN 978-5-9729-0210-1.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1010657	Аниськина, Н. В. Модели анализа рекламного текста : учебное пособие / Н. В. Аниськина, Т. Б. Колышкина. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 303 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-	

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	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«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.

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«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.	Роль копирайтера в рекламном агентстве	ПК-2.У.1
2.	Как выбрать лучшее рекламное агентство	ПК-2.У.1
3.	Что такое наружная реклама, в чем ее особенность	ПК-2.У.1
4.	Что такое директ-мэйл. Укажите факторы его успеха	ПК-2.В.1
5.	Какие типы рекламы в прессе Вы знаете	ПК-2.В.1
6.	Что такое редакционная реклама	ПК-2.В.1
7.	Назовите этапы жизненного цикла продукта и охарактеризуйте каждый	ПК-2.В.1
8.	В чем состоят задачи рекламы	ПК-2.У.1
9.	Что такое трансформирующая и опровергающая реклама	ПК-2.У.1
10.	Зачем нужно тестирование рекламного текста	ПК-2.У.1
11.	Методы тестирования рекламного текста	
12.	Как цвет действует на человека	ПК-2.У.1
13.	Культурологические аспекты восприятия цвета	ПК-2.У.1
14.	Цвета в исторической ретроспективе	ПК-2.У.1
15.	Назовите приемы художественной обработки текста	ПК-2.В.1
16.	Чем отличаются абстрактные и конкретные слова. Приведите примеры	ПК-2.В.1
17.	Каковы принципы использования звука, слова в предложении	ПК-2.В.1
18.	Какие схемы построения текста вы знаете	ПК-2.В.1
19.	Назовите этапы и приемы членения текста	ПК-2.В.1
20.	Назовите факторы успеха текста	ПК-2.У.1
21.	Что значит читаемость текста	ПК-2.У.1
22.	Назовите приемы акцентирования	ПК-2.У.1
23.	Для чего нужна кода	ПК-2.У.1
24.	Принцип строения коды	ПК-2.В.1
25.	Для чего нужна эхо-фраза	ПК-2.У.1
26.	Какова структура основного текста	ПК-2.В.1
27.	Какие аргументы убедительны	ПК-2.В.1
28.	Какие принципы логики необходимо использовать в основном тексте	ПК-2.В.1
29.	Каково значение иллюстрации в тексте	ПК-2.У.1
30.	Какой должна быть длина текста	ПК-2.У.1
31.	Какова структура основного текста	
32.	Назовите значение и функции заголовка	ПК-2.У.1

33.	Какие виды заголовков Вы знаете	ПК-2.У.1
34.	Какой форме необходимо следовать при составлении заголовков	ПК-2.У.1
35.	Назовите виды коммуникативных заголовков	ПК-2.В.1
36.	Чем отличается логотип от слогана	ПК-2.У.1
37.	Какие виды слоганов Вы знаете, в чем их специфика	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		
1.	<p><i>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i> Основная цель анонса: а) указать цену на товары или услуги б) передать основную идею всего текста в) познакомить покупателей с качеством товара или услуг г) ответить на поставленные вопросы в заголовке</p> <p><i>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</i> Укажите причину, по которой работодатель заказывает рерайтинг: а) он значительно дешевле, чем копирайтинг б) если ему нужно улучшить качество исходного текста в) для того, чтобы информация была достоверной г) потому что все равно нет «чистого копирайтинга»</p> <p><i>3. Прочитайте текст и сопоставьте понятия и их описания. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.</i></p> <table><tr><td>А) Веб-райтер Б) Веб-райтинг В) Виральность контента Г) Виральный контент</td><td>1. Автор, который занимается веб-райтингом. 2. Создание текстовых материалов для публикации на интернет-площадках. Как правило – информационных статей. 3. Любая интернет-площадка с</td></tr></table>	А) Веб-райтер Б) Веб-райтинг В) Виральность контента Г) Виральный контент	1. Автор, который занимается веб-райтингом. 2. Создание текстовых материалов для публикации на интернет-площадках. Как правило – информационных статей. 3. Любая интернет-площадка с	ПК-2.У.1 ПК-2.В.1
А) Веб-райтер Б) Веб-райтинг В) Виральность контента Г) Виральный контент	1. Автор, который занимается веб-райтингом. 2. Создание текстовых материалов для публикации на интернет-площадках. Как правило – информационных статей. 3. Любая интернет-площадка с			

	<p>различным текстовым, аудио, видео, мультимедиа контентом: сайт, интернет-магазин, блог, доска объявлений и т. д.</p> <p>4. Термин копирайтинга, обозначающий скорость распространения текстовой информации в интернете.</p>	
	<p><i>4. Прочитайте текст и расположите хронологически элементы продающего текста по мере его написания. Запишите соответствующую последовательность цифр.</i></p> <p>1) заголовок 2) погружение в проблему 3) продукт 4) отзывы 5) возражения 6) призыв к действию</p> <p><i>5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i></p> <p>Что такое аргументация в рекламном тексте?</p>	

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 обучающимся 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
1.	<p><i>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Основная цель анонса:</p> <p>а) указать цену на товары или услуги</p> <p>б) передать основную идею всего текста</p> <p>в) познакомить покупателей с качеством товара или услуг</p> <p>г) ответить на поставленные вопросы в заголовке</p> <p>Ответ: б</p> <p><i>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</i></p> <p>Укажите причину, по которой работодатель заказывает реерейтинг:</p>	ПК-2.У.1 ПК-2.В.1

- а) он значительно дешевле, чем копирайтинг
 б) если ему нужно улучшить качество исходного текста
 в) для того, чтобы информация была достоверной
 г) потому что все равно нет «чистого копирайтинга»

Ответ: а,б

3. Прочитайте текст и сопоставьте понятия и их описания. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.

А) Веб-райтер Б) Веб-райтинг В) Виральность контента Г) Виральный контент	1. Автор, который занимается веб-райтингом. 2. Создание текстовых материалов для публикации на интернет-площадках. Как правило – информационных статей. 3. Любая интернет-площадка с различным текстовым, аудио, видео, мультимедиа контентом: сайт, интернет-магазин, блог, доска объявлений и т. д. 4. Термин копирайтинга, обозначающий скорость распространения текстовой информации в интернете.
--	--

Ответ: А-1, Б-2, В-3, Г-4

4. Прочитайте текст и расположите хронологически элементы продающего текста по мере его написания. Запишите соответствующую последовательность цифр.

- 1) заголовок
- 2) погружение в проблему
- 3) продукт
- 4) отзывы
- 5) возражения
- 6) призыв к действию

Ответ: 123456

5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Что такое аргументация в рекламном тексте?

Пример аргументированного ответа:

Аргументация в рекламном тексте — это способ речевого воздействия, который включает в себя приведение доводов с целью вызвать или усилить сочувствие другой стороны к выдвинутому положению.

Структура аргументации включает следующие традиционные компоненты:

- тезис — утверждение (или система утверждений), предлагаемое для целенаправленного восприятия аудитории;
- аргумент — одно или несколько утверждений, предназначенных для поддержки тезиса.

	<p>В зависимости от адресата, цели и средств воздействия выделяются следующие виды аргументации:</p> <ul style="list-style-type: none"> • теоретическая, • эмпирическая, • контекстуальная. 	
--	---	--