



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный технологический институт
(технический университет)»
(СПбГТИ(ТУ))

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной
и методической работе

Б. В. Пекаревский

«___» 2019г.

**Рабочая программа модуля
КОПИРАЙТИНГ**

Направление подготовки

42.03.01- РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность программы бакалавриата:

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Уровень подготовки

Бакалавриат

Форма обучения

Очная

Факультет **Экономики и менеджмента**

Кафедра **Управления персоналом и рекламы**

Санкт-Петербург

2019

Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	3
2. Место модуля в структуре образовательной программы	8
3. Объем модуля.....	9
4. Содержание модуля	10
4.1. Разделы модуля и виды занятий.....	10
4.2. Занятия лекционного типа.	10
4.3. Занятия семинарского типа.....	17
4.3.1. Семинары, практические занятия.	17
4.3.2.Лабораторные работы.	31
4.4. Самостоятельная работа обучающихся.....	36
4.4.1. Содержание самостоятельной работы.....	36
4.5. Курсовое проектирование.....	40
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю.....	40
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации	41
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения модуля.....	42
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля	43
9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля.....	44
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю	45
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю.....	46
12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.	46

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Соответствие профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций профессиональной деятельности выпускника программ бакалавриата компетенциям ФГОС по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»

Профессиональный стандарт	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции			Компетенция	
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (под-уровень) квалификации	наименование	код
<i>06.013 Специалист по информационным ресурсам</i>	С	Управление (менеджмент) информационными ресурсами	6	<i>Организация работ по созданию и редактированию контента</i>	<i>С/01.6</i>	6	Способностью создавать и редактировать тексты рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования контента	ПК-3

Обязательные профессиональные компетенции и индикаторы их достижения согласно Примерной основной образовательной программе (ПООП) ФУМО в системе высшего образования по УГСН « Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Профессиональный стандарт
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый				
ОТФ С - Управление (менеджмент) информационными ресурсами	Вид экономической деятельности: 63.1 - Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации, деятельность порталов в информационно-коммуникационной сети Интернет 62.09 - Деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая	ПК-3 Способностью создавать и редактировать тексты рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования контента	ПК-3.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ПК-3.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиа-концепции канала	06.013 Специалист по информационным ресурсам ТФ.С/01.6

В результате освоения образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по модулю:

<i>Коды компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3	Применение норм литературного языка в деловом общении на государственном языке Российской Федерации	Знать: - нормы современного русского литературного языка, специфику их использования в устной и письменной деловой коммуникации; - нормы речевого этикета Уметь: - анализировать чужую и строить собственную устную и письменную речь с учетом принципов правильности, точности, лаконичности, логичности и уместности Владеть: - навыками составления и редактирования текстов официально-делового стиля, ведения деловой переписки
		УК-4.4	Использование правил деловой риторики в деловой коммуникации в устной и письменной форме на государственном языке Российской Федерации	Знать: - основные характеристики и виды делового общения; типологию и структуру конфликтов в деловом общении, стратегию поведения в конфликтной ситуации Уметь: - осуществлять публичные выступления, презентации; участвовать в деловых играх Владеть: - навыками составления текстов публичного выступления; навыками доказывания и убеждения, способами опровержения доводов в дискуссии и полемике

<i>Коды компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
ПК-3	Способностью создавать и редактировать тексты рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования контента	ПК-3.1	Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	Знать: - характеристику функциональных стилей речи; - специальную лексику, терминологию и инструментарий сферы рекламы и PR; - шаблоны основных типов рекламных и PR-текстов Уметь: - делать стилистический анализ текстов - оценивать профессиональную ценность и социально-психологическое воздействие PR-текста, его коммуникативную эффективность Владеть: - методикой составления рекламного и PR-текста и навыками их редактирования
		ПК-3.2	Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	Знать: - общие отличительные черты различных средств массовой информации (печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильных медиа) - наиболее важные характеристики рекламного и PR-текста Уметь: - собирать необходимую информацию (работать с различными типами источников информации, применять разные методы), осуществлять ее проверку, селекцию и анализ; - выбирать каждому типу текста свой канал распространения. - выбирать актуальные темы для публикаций

<i>Коды компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
				Владеть: - навыками работы с разными каналами получения и распространения информации; - методами сбора информации, ее проверки и анализа
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знать: - понятия пресс-кит, медиатекст, гипертекст; - основные категории медиатекста; - особенности web-среды Уметь: - идентифицировать медиатексты в соответствии с их типологией; - воспринимать и осуществлять системный подход при анализе и оценке журналистских, рекламных и PR-текстов Владеть: - методиками анализа медиатекста; - пониманием содержательной и структурно-композиционной специфики текстов массовой информации.
		ОПК-1.2	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых	Знать: - специфику составления текстов для радио, телевидения и интернет; - разновидности письменных PR-материалов; - этапы, принципы и методы создания журналистского, рекламного и PR-текста Уметь: - адаптировать любой текст для интернет-среды; - писать сценарии рекламных роликов для радио и телевидения; - оперативно готовить журналистский, рекламный или PR-материал для разных типов

<i>Коды компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
			систем.	СМИ, в различных жанрах, форматах для размещения на мультимедийных платформах Владеть: - навыками создания и редактирования медиатекстов различных типов и жанров

2. Место модуля в структуре образовательной программы

Модуль «*Копирайтинг*» относится к модулям Блока 1 (Б1.О.07) и изучается на 2 курсе в 4, 5 и 6 триместрах.

В методическом плане модуль опирается на элементы компетенций, сформированные при изучении модуля «Иностранный язык».

Полученные в процессе изучения модуля «*Копирайтинг*» знания, умения и навыки могут быть использованы при прохождении практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; при подготовке к сдаче государственного экзамена, а также при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Объем модуля

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Очная форма обучения
Общая трудоемкость модуля (зачетных единиц/ академических часов)	20/ 720
Контактная работа с преподавателем:	302
<i>1.занятия лекционного типа, в т. ч.</i>	<i>52</i>
<i>1.1. занятия лекционного типа 4 триместра</i>	<i>18</i>
<i>1.2.занятия лекционного типа 5 триместра</i>	<i>12</i>
<i>1.3 занятия лекционного типа 6 триместра</i>	<i>22</i>
2. занятия семинарского типа, в т. ч.	250
2.1. семинары, практические занятия	198
<i>2.1.1 практические занятия 4 триместра</i>	<i>76</i>
<i>2.1.2. практические занятия 5 триместра</i>	<i>78</i>
<i>2.1.3. практические занятия 6 триместра</i>	<i>44</i>
2.2. лабораторные работы	52
<i>2.2.1. лабораторные работы 4 триместра</i>	<i>6</i>
<i>2.2.2. лабораторные работы 5 триместра</i>	<i>6</i>
<i>2.2.3. лабораторные работы 6 триместра</i>	<i>40</i>
контроль	18
другие виды контактной работы	
Самостоятельная работа, т. ч.	400
<i>самостоятельная работа 4 триместра</i>	<i>80</i>
<i>самостоятельная работа 5 триместра</i>	<i>156</i>
<i>самостоятельная работа 6 триместра</i>	<i>164</i>
Форма текущего контроля (отчеты по лаб. работам, контрольные работы)	Работы по освоению компетенций
Форма промежуточной аттестации (<u>экзамен</u>)	Итоговое тестирование

4. Содержание модуля

4.1. Разделы модуля и виды занятий ОПК-1; ПК-3

№ п/п	Наименование раздела модуля	Триместры	Занятия лекционного типа, акад. часы	Занятия семинарского типа, акад. часы		Самостоятельная работа, акад. часы	Формируемые компетенции/ <i>индикаторы</i>
				Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Раздел 1. «Копирайтинг как учебная дисциплина»	4	2	8		20	ОПК-1/ ОПК-1.1
2.	Раздел 2. «Профессия копирайтера: профессиональные компетенции, этика копирайтера и правовое регулирование деятельности»	4	4	8	2	20	ОПК-1/ ОПК-1.2
3.	Раздел 3. «Язык и стиль журналистских, рекламных и PR-текстов».	4	8	40		20	УК-4/ УК-4.3, ПК-3/ ПК-3.1
4.	Раздел 4. «Современный журналистский текст: трансформация традиционных лексических, стилистических, коммуникативных норм журналистики».	4	4	20	4	20	ОПК-1/ ОПК-1.2, ПК-3
5.	Раздел 5. «PR-текст: сущностные характеристики и жанровое разнообразие».	5	12	78	6	156	ОПК-1, ПК-3/ ПК-3.1
6.	Раздел 6. «Рекламный текст: виды, структура, методики составления, техники психологического воздействия».	6	14	24	32	90	ОПК-1/ ОПК-1.2, ПК-3/ ПК-3.2
7.	Раздел 7. «Деловой копирайтинг».	6	8	20	12	74	УК-4/ УК-4.4, ПК-3/ ПК-3.2
8.	Итого		52	198	52	400	

4.2. Занятия лекционного типа.

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
-------------------------------------	---	-------------------------	------------------------

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
1/4	Раздел 1. «Копирайтинг как учебная дисциплина» Тема 1. Введение. Лекция "Копирайтинг как учебная дисциплина". <i>Цели и задачи освоения дисциплины «Копирайтинг». Сущность копирайтинга. Терминология и основные понятия.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 1, в т. ч. 4 триместр	2 2	
2/4	Раздел 2. «Профессия копирайтера: профессиональные компетенции, этика копирайтера и правовое регулирование деятельности». Тема 2. Профессия копирайтера: профессиональные компетенции <i>Суть профессиональной деятельности копирайтера, компетенции и способности копирайтера. Особенности личности копирайтера. Копирайтер vs Журналист.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/4	Тема 3. Этика копирайтера и правовое регулирование деятельности <i>Внутреннее и внешнее регулирование деятельности копирайтера. Рынок текстового контента. Закон об авторском праве. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью. Кодекс профессиональных стандартов американского общества по связям с общественностью (PRSA).</i>	2	Лекция-визуализация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 2, в т. ч. 4 триместр	4 4	
3/4	Раздел 3. «Язык и стиль журналистских, рекламных и PR-текстов». Тема 4. Смысловая точность речи. Выбор слова <i>Лексическая стилистика. Слово - основа для понимания текста. Поиск нужного слова. Речевые ошибки, вызванные неправильным выбором слов.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/4	Тема 5. Лексические образные средства <i>Образность речи. Определение тропа. Характеристика основных тропов: метафора, олицетворение, аллегория, метонимия, синекдоха, эпитет, сравнение, гипербола и литота, перифраза.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/4	Тема 6. Лексика и словообразование как ресурс рекламного и PR-текста <i>Словообразовательные ресурсы русского языка. Классификации словообразовательных техник, используемых в рекламе. Оказиональные слова в рекламе. Языковая игра. Конкретная и абстрактная лексика. Развернутые номинации (прилагательное+существительное) как средство создания образности и как прием привлечения внимания. Прием «вживленная положительная оценка». Каламбур и другие приемы языковой игры в рекламе. Эффект парадокса в рекламе.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/4	Тема 7. Технология литературного редактирования. Виды редакторской правки текста <i>Правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка. Анализ и оценка композиции текста.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 3, в т. ч. 4 триместр	8 8	
4/4	Раздел 4. «Современный журналистский текст: трансформация традиционных лексических, стилистических, коммуникативных норм журналистики». Тема 8. Журналистский текст и его особенности <i>Понятие журналистского текста. Классификация современных журналистских текстов. Современные жанры журналистского текста: прогноз, журналистское расследование, версия, житейская история, авторская колонка, инвектива (в оппозиционных газетах), байка, сплетня, слух, анекдот (в массовых и «желтых» изданиях), прикол и пр.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
4/4	Тема 9. Стилистические приемы в журналистском тексте <i>Проблемы языка в современных масс-медиа. Арго и жаргонная лексика. Профессиональный жаргон компьютерщиков. Стилистическое согласование и стилистический контраст. Прием иронии. Прием интимизации. Прием синонимической ситуации. Способ нанизывания однокоренных лексем и прием градации. Прием цитации. Прием стилизации.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 4, в т. ч. 4 триместр	4 4	

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
5/5	Раздел 5. «PR-текст: сущностные характеристики и жанровое разнообразие». Тема 10. PR-текст: сущностные характеристики <i>PR-информация в публичных коммуникациях. Научный и методический базис учения о PR-тексте. Концептуализация понятия «PR-текст». PR-текст: от прототекста к тексту массовой коммуникации. PR-текст и тексты смежных коммуникационных сфер (рекламный и журналистский).</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
5/5	Тема 11. Проблемы типологии и жанрообразования PR-текстов" <i>Проблемы классификации и принципы типологии PR-текстов. Специфика жанрообразования в письменных PR-коммуникациях. Жанровая система PR-текстов: особенности формирования и функционирования. Жанровая типология простых первичных PR-текстов.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
5/5	Тема 12. Жанровая характеристика корпуса PR-текстов <i>Образно-новостные жанры PR-текстов. Исследовательско-новостные жанры PR-текстов. Фактологические жанры. Оперативно-новостные жанры PR-текстов. Комбинированные PR-тексты.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
5/5	Тема 13. Директ-мейл: как придумать и осуществить эффективную и запоминающуюся (e)mail-рассылку <i>История возникновения и развитие почтовой рассылки. Традиционные и электронные тексты директ-мейл. Спам. Стратегия email-маркетинга. Персонализация. Сегментация. Систематичность. Тестирование. Структурные компоненты: заголовок, анонс, основной текст, ссылка Отписаться, призыв к целевому действию, ссылки на соц. сети, автор письма. Веб-версия.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
5/5	Тема 14. Контент-план: зачем нужен, как составить и как обновлять <i>Как составить контент-план и для чего это нужно. Виды контент-планов. Этапы при составлении контент-плана для сайта. Разработка контент-плана для соцсетей. Особенности контент-стратегии для ВКонтакте и Инстаграм. Где черпать идеи для создания контент-плана. Типичные ошибки при работе с контентом.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
5/5	Тема 15. SEO-копирайтинг: основные принципы разработки текста <i>SEO-оптимизация текста для сайта. Ключевые запросы и их количество в тексте. Подбор ключевых слов для SEO текста. Анализ конкурентов. Тошнота ключевых слов. Объем текста. Уникальность. Внутренние и внешние ссылки.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 5, в т. ч. 5 триместр	12 12	
6/6	Раздел 6. «Рекламный текст: виды, структура, методики составления, техники психологического воздействия». Тема 16. Рекламный текст. Особенности и структурные элементы <i>Структура рекламного текста. Структурные компоненты РТ: заголовок, подзаголовок, основная часть текста, слоган, эхо-фраза, справочные данные. Методики написания заголовка. Заголовок для запуска товара. Заголовок на пустом месте. «Типографский» заголовок. Новостной заголовок. Заголовок «до и после». Заголовок «как сделать». Методика заманивания целевой аудитории. Заголовок «и вы тоже». Заголовок-рекомендация. Заголовок к дате. Заголовок по случаю события. Сезонный заголовок. Дразнящий заголовок. Стилизованный заголовок. Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
6/6	Тема 17. Подзаголовок, подпись к рисунку, логотип <i>Основная функция подзаголовка. Варианты подзаголовков. Местоположение подзаголовка. Слоган как интегральная часть не только отдельного рекламного объявления, но и всей рекламной компании. Органическое сочетание слогана с фирменным стилем. Логотип - оригинальное начертание сокращенного наименования фирмы или товарной серии или отдельного вида товара. Неизменность появления логотипа во всех рекламных компаниях и рекламных объявлениях фирмы. Основная функция подзаголовка. Варианты подзаголовков. Слоган как интегральная часть рекламного объявления. Логотип - шрифтовой фирменный знак.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
6/6	Тема 18. Основной рекламный текст <i>Определение длины основного текста. Структура и форматирование основного текста рекламы. Грамматика и орфография. Игра слов, рифмы, аллитерации. Логика изложения. Шестиэтапная формула Глима. Шаг первый. Сила притягательности. Шаг второй. Доказательность. Шаг третий. Переход. Шаг четвертый. Конкуренция. Шаг пятый. Ваш товар. Шаг шестой. Деловая концовка. Я концовка.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
6/6	Тема 19. Слоган в рекламе. <i>Определение термина. Слоган и заголовок как квинт-эссенция РТ. Типологические квалификации слоганов. Художественная форма слогана. Функциональная нагрузка, оптимальная длина грамматической конструкции, основные требования к слогану. Стилистические приемы как средство усиления запоминаемости слогана.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
6/6	Тема 20. Специфика составления рекламных текстов для печатных СМИ и наружной рекламы <i>Особенности рекламы в печатных СМИ. Достоинства и недостатки рекламы в печатных СМИ. Рекламное объявление. Рекламная статья. Рекламное интервью. Рекламный очерк. Наружная реклама как медиа. Процесс создание рекламных текстов для наружной рекламы.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
6/6	Тема 21. Специфика составления рекламных текстов для рекламы на радио и телевидении <i>Медиа-характеристики радиостанции. Достоинства и недостатки рекламы на радио. Классификация радиорекламы. Типы радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Отличие телевидения от двух других видов медиа. Оптимальная скорость и логичность подачи информации. Особенности рекламы на телевидении. Виды рекламы на телевидении.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
6/6	Тема 22. Специфика составления текстов для рекламы в интернете. <i>Тексты интернет рекламы: структура, специфика, эффективность. Жанровые характеристики текстов интернет-рекламы.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	ИТОГО по разделу 6, в т. ч. 6 триместр	14 14	
7/6	Раздел № 7. Деловой копирайтинг Тема 23. Деловой копирайтинг. Общие правила деловой переписки <i>Правила оформления делового письма. Структура и синтаксис делового письма. Использование цифр и сокращений. Лексические и синтаксические ошибки в официальной переписке.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
7/6	Тема 24. Виды писем в деловой переписке <i>Убеждающие письма. Письма отказы. Письма претензии. Письма ответы на претензии. Резюме встреч и план работ в письмах. Постановка задач. Письма-инструкции и др.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
7/6	Тема 25. Основы спичрайтинга <i>Основные подходы к определению понятия «спичрайтинг». Понятие публичной речи и спичрайтерского текста. Виды публичной речи: информационная речь. Виды публичной речи: убеждающая речь. Аргументация в убеждающей речи. Эмоциональная составляющая убеждающей речи. Виды публичной речи: специальная речь.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
7/6	Тема 26. Работа над речью. <i>Работа над содержанием текста публичного выступления (основная тема, топоры и аргументы). Работа над композицией текста публичного выступления. Лингвистические и стилистические особенности текста публичного выступления. Тропы и фигуры в текстах публичных выступлений.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 7, в т. ч. 6 триместр	8 8	
	ИТОГО по модулю	52	

4.3. Занятия семинарского типа.

4.3.1. Семинары, практические занятия.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	РАЗДЕЛ 1. «Копирайтинг как учебная дисциплина»		
1/4	Семинар-дискуссия. «Профессиональная литература: книги, статьи, интернет-источники по копирайтингу» Из списка литературы необходимо выбрать одну книгу и составьте ее описание по плану: автор и его краткая биография, профессиональный путь, название книги, ее разделы, издательская аннотация. Проанализировать 5 отзывов на книгу. Выделить основные плюсы и минусы. Написать свой отзыв (не менее 1500 знаков).	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
1/4	Выдающиеся копирайтеры. Чтение докладов (список тем). Презентации. 1. Гений копирайтера Дэвида Огилви 2. Первый русский копирайтер Владимир Маяковский 3. Билл Беррибах: Человек, который продал Америке «Фольксваген» 4. Принципы рекламы Россера Ривза 5. Раймонд Рубикам: исследователь общества и рекламист 6. «Печатный принц» Гэри Хэлберт 7. 29 «пуль» от короля копирайтинга Гари Бенсивенга. 8. Михель Фортин – Доктор успеха. 9. Джон Карлтон, создатель системы «Simple writing» 10. Основатель директ-маркетинга Джон Кейплз 11. Джон Пауэрс — адепт честной рекламы 12. Джорж Гриббин, автор теории написания рекламных текстов 13. Основоположник рекламного дела Клод Хопкинс 14. Лео Барнетт – отец мирового копирайтинга 15. Юджин Шварц «гуру» профессиональных копирайтеров. 16. Копирайтеры рунета: Денис Каплунов, Дмитрий Кот, Павел Берестнев, Петр Панда	4	Заслушивание докладов с презентациями. Обсуждение дискуссионных вопросов.
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 4 триместр	8 8	
	РАЗДЕЛ 2. «Профессия копирайтера: профессиональные компетенции, этика копирайтера и правовое регулирование деятельности».		

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
2/4	Деловая игра "Функционал, обязанности и права копирайтера." <i>1 Описание ситуации</i> В узкоспециализированной компании открывается должность копирайтера. На данный момент идет разработка должностных инструкций. Вы работаете начальником отдела маркетинга, ваша задача – описать функционал, который планируется передать новому сотруднику. <i>2 Требования к проведению игры</i> Студенты произвольно распределяются в группы по 2-4 человека, выбирают отрасль компании, составляют должностные инструкции копирайтера.	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия, кейс-ситуации.
2/4	Работа с биржами копирайтинга и рерайтинга Задание: Найти несколько бирж контента. Дать их описание по плану. Сопоставьте виды работ, требования к их выполнению, время для выполнения работ и стоимость. Сделайте выводы.	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 2, в т. ч.	8	
	4 триместр	8	
	РАЗДЕЛ 3. «Язык и стиль журналистских, рекламных и PR-текстов».		

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/4	Лексическая сочетаемость. Нарушение лексической сочетаемости как стилистический прием. Упражнения для закрепления: 1. Исправьте речевые ошибки, вызванные неправильным выбором слова. 2. Исправьте ошибки, вызванные нарушением лексической сочетаемости. 3. Измените предложения. 4. Найдите и исправьте ошибки. 5. Сравните предложения, определите характер ошибок, устраненных редактором, и дайте свои варианты стилистической правки предложений. 6. В приведенных предложениях укажите словосочетания, в которых нарушена лексическая сочетаемость. Замените лексические эквиваленты, которые стали причиной речевых ошибок. 7. . Дайте оценку использованию лексических средств в приведенных предложениях; укажите на употребление слова без учета его семантики, анахронизм, эвфемистичность речи, неясность высказывания, искажение смысла, абсурдность и комизм речи.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста
3/4	Речевая недостаточность. Упражнения для закрепления: 1. Установите, в каком предложении наблюдается речевая недостаточность. 2. Укажите логические ошибки в речи, абсурдность высказывания, возникшие в результате неправильного словоупотребления, нарушения лексической сочетаемости, пропуска слов. Исправьте предложения. 3. Дайте правильное явное определение понятиям: Океан, нос, жена, Россия, корова. Пример: Франция – страна (род), столицей которой является город Париж. 4. Укажите ошибки в сочетании однородных членов предложения и отредактируйте фразы.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста
3/4	Речевая избыточность. Упражнения для закрепления: 1. Найдите речевые ошибки (тавтология явная и скрытая, плеоназм). Отредактируйте предложения. 2. Найдите в прессе примеры речевой избыточности. Исправьте предложения.	4	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/4	Тропы в современных рекламных и PR-текстах. Упражнения для закрепления: 1. Определите, какие тропы использованы как средства художественной выразительности в следующих предложениях. 2. Проанализируйте стилевые особенности на примере конкретных рекламных текстов. 3. Найдите 5 примеров использования метафоры в рекламных текстах. 4. Найдите 5 примеров использования олицетворения в рекламе. 5. Найдите 5 примеров использования инверсии в рекламе и PR-текстах. 6. Найдите 5 примеров использования гиперболы в рекламе. 7. Найдите 5 примеров использования анафоры в рекламе. 8. Найдите 5 примеров использования градации в рекламе. 9. Найдите 5 примеров использования полисемии в рекламе.	8	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста
3/4	Многозначные слова, омонимы, паронимы, синонимы, неологизмы, слова-термины в текстах массовой коммуникации. Закрепление знаний. При закреплении знаний рекомендуется выполнить небольшие задания на карточках (можно провести в виде теста) 1. Найдите в каждом ряду многозначные слова. 2. Определите в каждом ряду слово-омоним 3. Определите, в какой цепочке слово, не являющееся синонимом 4. Найдите в каждом ряду слово, не имеющее антонима 5. Запишите в 2 столбика однозначные и многозначные слова 6. Выпишите слова, употребленные в переносном значении 7. Подберите и запишите синонимы к данным словам. 8. Подберите к данным словам антонимы и сгруппируйте антонимические пары по частям речи. 9. Вставьте подходящие по смыслу антонимы 10. В каком предложении вместо слова информатизация нужно употребить информация?	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/4	Фразеологизмы в текстах массовой комму- никации. 1. Найти в текстах массовой коммуникации фразеологизмы: a. собственно литературные обороты b. фразеологизмы, носящие архаи- стичный оттенок c. фразеологизмы библейского про- исхождения d. фразеологизмы "античного" про- исхождения 2. Найти в текстах массовой коммуникации фразеологизмы образованные: a. Способом контаминации b. Сокращением состава фразеоло- гизма c. Расширением состава фразеоло- гизма	8	Слайд- презентация, групповая дис- куссия
3/4	Анализ и редактирование текста Закрепление знаний. 1. Проанализируйте текст. Какой вид (виды) правки необходимо использовать для редак- тирования текста? 2. Выявите, какие законы логики нарушены авторами, объясните и исправьте ошибки. 3. Прочитайте тексты. К какому типу по спосо- бу изложения относится каждый из текстов – к описанию, повествованию, рассуждению, определению? Обоснуйте свой ответ. 4. Проанализируйте композицию текста. Ука- жите ее недостатки. 5. Проанализируйте композицию текста. Со- ставьте план текста (найдите введение, ос- новную часть текста, заключение, оцените абзацное членение текста). Заполните табли- цу. Выявите композиционные недостатки. Предложите план редакторской правки. 6. Выявите и исправьте фактические ошибки, используя необходимые способы проверки фактического материала. 7. Прочитайте отрывок из рассказа Марка Тве- на «Как я редактировал сельскохозяйствен- ную газету». На чем строится комический эффект в рассказе?	8	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение задач, ответы на во- просы теста

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	ИТОГО по разделу 3, в т. ч. 4 триместр	40 40	
	РАЗДЕЛ 4. «Современный журналистский текст: трансформация традиционных лексических, стилистических, коммуникативных норм журналистики».		
4/4	Русский толстый журнал: конкретные редакторские стратегии и художественные практики. Чтение докладов (список тем). Презентации. 1. Вестник Европы 2. Русское богатство 3. Современник 4. Отечественные записки 5. Почта духов 6. Русский вестник 7. Мир Божий 8. Русская мысль 9. Время и Эпоха 10. Летопись 11. Современный мир 12. Журнал для всех 13. Артист 14. Мир искусства 15. Новый путь 16. Весы	4	Заслушивание докладов с презентациями. Обсуждение дискуссионных вопросов.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
4/4	Редактирование журналистского текста. Студентам предлагаются примеры журналистских текстов – вырезки из газет и журналов, которые необходимо проанализировать согласно следующей последовательности: 1. Определение целевой читательской аудитории, которой предназначен текст. 2. Уточнение замысла автора. 3. Выявление соответствия темы и замысла (верно ли определена тема?). 4. Определение задач правки. 5. Деление авторского текста на смысловые части, выявление логических связей между ними (нет ли ухода от темы, смысловых противоречий?), составление плана. 6. Анализ структурных частей текста, выделение ключевых слов и опорных суждений с учетом специфики текста и особенностей авторской манеры изложения (насколько обоснованы суждения, нет ли ложных выводов и поспешных обобщений). 7. Прогнозирование результатов чтения.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста
4/4	Рерайтинг информационных заметок. Студентам предлагаются индивидуальные информационные заметки с ленты новостей и предлагается сделать их рерайтинг. К рерайту необходимо придумать оригинальный заголовок.	4	Решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.
4/4	Основные стилистические приемы в журналистских текстах. Анализ текстов интернет-версий российских печатных СМИ. Студентам предлагается провести лексико-стилистический, морфологический и синтаксический анализ текстов шапок и шпигелей и выявить в них предполагаемые языковые средства привлечения внимания зрителя. Провести контент-анализ таких текстов, тематический композиционный анализ шапок и шпигелей и выявить основные приемы их написания.	8	Решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.
	ИТОГО по разделу 4, в т. ч. 4 триместр	20 20	

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	РАЗДЕЛ 5. «PR-текст: сущност- ные характеристики и жанровое разнообра- зие».		
5/5	Образно-новостные жанры PR-текстов. Под- готовка текстов по заданному событию: байлай- нер, поздравление.	8	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение задач, ответы на во- просы теста.
5/5	Исследовательско-новостные жанры PR- текстов. Подготовка текстов по заданному событию: бэкграундер, лист вопросов и ответов.	8	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение задач, ответы на во- просы теста.
5/5	Фактологические жанры PR-текстов. Подго- товка текстов по заданному событию: факт- лист, биография.	8	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение задач, ответы на во- просы теста.
5/5	Оперативно-новостные жанры PR-текстов. Подготовка текстов по заданному событию: пресс-релиз, приглашение.	18	Обсуждение дискуссионных вопросов.
5/5	Комбинированные PR-тексты. Подготовка текстов по заданному событию: пресс-кит, буклет, проспект, брошюра, ньюслет- тер, листовка, имиджевая статья, имиджевое ин- тервью, кейс-стори.	14	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение задач, ответы на во- просы теста.
5/5	Смежные PR-тексты. Подготовка текстов: пресс-ревью и резюме.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение задач, ответы на во- просы теста.
5/5	Анализ рассылок. Студентам предлагается проанализировать при- меры продающих рассылок на соответствие критериям и стандартам.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение задач, ответы на во- просы теста.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
5/5	Написание текста для рассылок. Деловая игра «Работающая рассылка» <i>Описание ситуации</i> При написании рассылки, копирайтер работает на целевую аудиторию компании, которую рекламирует. Каждый день люди получают множество спама, лишь некоторые из них открывают, еще меньше дочитывают до середины и только самые лучшие рассылки приводят к продажам. Это крайне плохая новость для предпринимателей. Как же должна выглядеть рассылка, которую обязательно откроют и прочитают. <i>2 Требования к проведению игры</i> Этап 1. Каждый студент пишет свою рассылку, которую отправляет всем своим одноклассникам. Этап 2. Каждый студент дает свою оценку каждой, присланной ему рассылке и выбирает лучшую. Свое мнение обосновывает в ответном письме копирайтеру.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
5/5	Создание контент-плана для сайта. Решение кейсов. Студентам необходимо составить контент-план для реального сайта. По плану: - Описать целевую аудиторию - Разработать контент-стратегию - В Excel составить контент-план продвижения сайта на 3 месяца.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
5/5	Составление контент-плана для социальных сетей. Решение кейсов. Студентам необходимо составить контент-план продвижения компании в социальных сетях. По плану: - Описать целевую аудиторию - Разработать контент-стратегию - В Excel составить контент-план продвижения компании в социальных сетях на 3 месяца.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
5/5	SEO-анализ текстов Студентам необходимо провести SEO-анализ текста по критериям: 1. Уникальность 2. Процент вхождений ключевых фраз 3. Вхождения ключевых фраз 4. «Вода» в тексте 5. Орфография и пунктуация 6. Смысловая уникальность 7. Полезность 8. Экспертность	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
	ИТОГО по разделу 5, в т. ч. 5 триместр	78 78	
	РАЗДЕЛ 6. «Рекламный текст: виды, структура, методики составления, техники психологического воздействия».		
6/6	Продающие заголовки по технологии 4U. Семинар-беседа по плану: 1. Техника 4U 2. Как написать продающий заголовок 3. Ключевые слова 4. Примеры продающих заголовков 5. Генераторы заголовков	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
6/6	Создание заголовков по формуле 4U. Решение кейсов. Студентам раздаются реальные заголовки и предлагается улучшить их с помощью техники 4U.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
6/6	Основной рекламный текст. Семинар-беседа 1. Сформулировать определение термина «основной рекламный текст», перечислить его основные признаки. 2. Рассмотреть модели создания ОРТ на основе коммуникативной стратегии и цели. 3. Назовите структурные элементы ОРТ 4. Прочитайте тексты. Каковы задачи данных статей? Выделите в них структурные элементы. Назовите микротемы основного рекламного текста. Определите модель создания ОРТ.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
6/6	Разработка слогана. Деловая игра «Разработка слогана» <i>Студенты делятся на группы и получают свою легенду. Согласно легенде заполняют техническое задание на разработку слогану. Группы обмениваются техническими заданиями, разрабатывают слоган и отдают выполненное задание команде-заказчику. Заказчик вносит свои предложения и комментарии, слоган возвращается на доработку. Итоговый слоган, который заказчик принял, презентуется всей группе.</i>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
6/6	Написание текста для разных видов наружной рекламы. Семинар-беседа по плану: 1. Понятие и виды наружной рекламы 2. Достоинства и недостатки наружной рекламы 3. Создание и тестирование наружной рекламы 4. Текст в наружной рекламе: шрифт, размер, корпоративный стиль, текст и картинка, слова-цеплялки, правило 3-х секунд. 5. Задание. Разработка макета наружной рекламы.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
6/6	Написание сценария рекламного радиоролика. Деловая игра «Сценарий радиоролика» <i>Студенты делятся на группы и получают свою легенду. Согласно легенде заполняют техническое задание на разработку сценария радиоролика. Группы обмениваются техническими заданиями, разрабатывают сценарий радиоролика и отдают выполненное задание команде-заказчику. Заказчик вносит свои предложения и комментарии, сценарий возвращается на доработку. Итоговый сценарий, который заказчик принял, презентуется всей группе.</i>	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
6/6	Написание сценария рекламного ролика для телевидения Семинар-беседа по плану: 1. Структура телевизионной индустрии. 2. Телевизионная аудитория. 3. Формы телевизионной рекламы. Достоинства и недостатки телевизионной рекламы. 4. Основные инструменты создания телевизионной рекламы 5. Характеристики обращения телевизионной рекламы 6. Создание телевизионной рекламы. 7. Задание. Написание сценария, создание раскадровок.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
	Итого по разделу 6, в т. ч. 6 триместр	24 24	
	РАЗДЕЛ 7. Деловой копирайтинг		
7/6	Наиболее распространённые ошибки в тексте делового письма. Употребление и правописание сложных предлогов, полной и краткой формы имен прилагательных и причастий, неправильное использование предлогов, сложные случаи согласование подлежащего и сказуемого.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
7/6	Обращение в деловых письмах. Обращение в деловых письмах, его формы. Начало письма, мотивы письма.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
7/6	Написание деловых писем. Написание писем: welcome и farewell letters, follow up letter, писем-претензий и писем ответов на претензии, план работ, постановка задач, письмо-инструкция, убеждающие письма, письма отказы.	8	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
7/6	Выдающиеся спичрайтеры. Известные спичрайтеры и их тексты в практике выступлений российских и зарубежных спикеров.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
7/6	Типичные затруднения спикера. Типичные затруднения спикера во время публичного выступления.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
7/6	Работа над речью. Этапы предварительной (дотекстовой) подготовки публичного выступления. Подготовительный этап написания речи. Определение цели и задач публичного выступления. Этап интервью. Взаимодействие спичрайтера со спикером. Определение личностных характеристик оратора. Этап исследования. Работа спичрайтера с источниками информации.	6	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
7/6	Управление вниманием аудитории. Приемы управления вниманием аудитории во время публичного выступления.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение задач, ответы на вопросы теста.
	Итого по разделу 7, в т. ч. 6 триместр	24 20	
	ИТОГО	198	

4.3.2.Лабораторные работы.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	Раздел 2. «Копирайтинг как учебная дисциплина»		
2/4	Инструментарий копирайтера. Проверка уникальности текста, средства для создания инфографики, инструменты для работы с ключевыми запросами, поиск стоп-слов, проверка пунктуации, сервисы для подборки синонимов и пр.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.
	ИТОГО по разделу 2, в т. ч. 4 триместр	2	
	Раздел 4. «Современный журналистский текст: трансформация традиционных лексических, стилистических, коммуникативных норм журналистики».		
4/4	Редакторский анализ журналистских текстов. Необходимо осуществить редакторский анализ текста в следующей последовательности: 1. Определение целевой читательской аудитории, которой предназначен текст. 2. Уточнение замысла автора. 3. Выявление соответствия темы и замысла (верно ли определена тема?). 4. Определение задач правки. 5. Деление авторского текста на смысловые части, выявление логических связей между ними (нет ли ухода от темы, смысловых противоречий?), составление плана. 6. Анализ структурных частей текста, выделение ключевых слов и опорных суждений с учетом специфики текста и особенностей авторской манеры изложения (насколько обоснованы суждения, нет ли ложных выводов и поспешных обобщений). 7. Прогнозирование результатов чтения.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач, ответы на вопросы теста.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	ИТОГО по разделу 4, в т.ч. 4 триместр	4	
	Раздел 5. «PR-текст: сущност- ные характеристики и жанровое разнообра- зие».		
5/5	Формирование пресс-кита для заданного со- бытия. Выбор события. Описание целевой аудитории. Выбор необходимых жанров и подготовка тек- стов: факт-лист, пресс-релиз, кейс-стори, бэк- граундер, приглашение, биография и т.д. в зави- симости от события и целевой аудитории.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение постав- ленных задач, ответы на во- просы теста.
5/5	Написание SEO-текстов. Подбор ключевых слов. Проверка уникальности текстов - методология, сервисы, программы.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение постав- ленных задач, ответы на во- просы теста.
	ИТОГО по разделу 5, в т.ч. 5 триместр	6	
	Раздел 6. «Рекламный текст: виды, структу- ра, методики составления, техники психоло- гического воздействия».		
6/6	Подзаголовок, подпись к рисунку, логотип Написание подзаголовков к реальным статьям в прессе. Создание логотипа.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение задач, ответы на во- просы теста.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
6/6	Основной рекламный текст. - Написать рекламный текст по принципу перевернутой пирамиды - Написать рекламный текст с использование коммуникативной стратегии ин-структирующая реклама. - Написать рекламный текст с использованием коммуникативной стратегии рекла-ма-диалог. - Написать рекламный текст с использованием коммуникативной стратегии рекла-ма-загадка.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, кейс-ситуации.
6/6	Разработка слогана Разработка слогана методом мозгового штурма. Каламбур, метафора, эпитет, сравнение, конта-минация, олицетворение, ирония, гипербола и литота, употребление цитат и аллюзий при со-здании слогана.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре-шение постав-ленных задач.
6/6	Составление рекламных текстов для печат-ных СМИ Отработка навыков создания рекламных текстов для печатных СМИ: строчные объявления, гра-фические блоки, статья на правах рекламы.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре-шение постав-ленных задач, ответы на во-просы теста.
6/6	Эффективное рекламное объявление для Ян-декс Директа. Подбор ключевых слов. Определение целевой и нецелевой аудитории. Составление оффера. Призыв к действию. Быстрые ссылки. Яндекс.Визитка. Ссылка на целевую страницу. UTM-метки в ссылках.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре-шение постав-ленных задач, ответы на во-просы теста.
6/6	Эффективное рекламное объявление для Google Adwords. Создание аккаунта AdWords. Подбор ключевых слов и ставки за клик. Минус-слова. Демогра-фический таргетинг. Бюджет рекламной кампа-нии. Отображаемый URL. URL назначения. Предпросмотр объявлений AdWords	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре-шение постав-ленных задач, ответы на во-просы теста.

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
6/6	Упражнения для постов в соц. сети facebook Аудитория facebook. Что лучше продвигать че- рез facebook. Правило 2 секунд. Как работают посты с вопросом. Роль персонализации и визу- ализации в продающих постах.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение постав- ленных задач, ответы на во- просы теста.
6/6	Упражнения для постов в соц. сети instagram Аудитория instagram. Что лучше продвигать че- рез instagram. Как выбрать изображение для продающего поста в instagram? Оформление фо- тографий. Использование фильтров. Фотогра- фии клиентов. Хэштеги. Сториз. Рекомендации. Статистика.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение постав- ленных задач, ответы на во- просы теста.
6/6	Упражнения для постов в соц. сети vkontakte Аудитория vkontakte. Что лучше продвигать че- рез vkontakte. Как выбрать изображение для продающего поста вконтакте? Серия продаю- щих постов вконтакте. Хэштеги.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение постав- ленных задач, ответы на во- просы теста.
6/6	Работа с яндекс.дзен Аудитория яндекс.дзен. Что лучше продвигать через яндекс.дзен. Канал или RSS? Как встав- лять текст в нарратив. Как добавить ссылку, картинки, гифки и видео. Работа с блоками и экранами. Видео. Запрещенный контент.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение постав- ленных задач, ответы на во- просы теста.
	ИТОГО по разделу 6, в т. ч. 6 триместр	28 28	
	Раздел № 7. Деловой копирайтинг		
7/6	Основной текст письма. Аспект письма (или основной текст письма).	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, ре- шение постав-

№ раздела мо- дуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
7/6	Заключительная часть письма, подпись. Обозначение перспектив, заключительные фразы, подпись отправителя, постскриптум.	2	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
7/6	Политический спичрайтинг. Спичрайтинг в политической сфере. Типы публичной речи в политике. Подготовка речи и публичное выступление.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
7/6	Работа над речью. Этапы предварительной (дотекстовой) подготовки публичного выступления. Подготовительный этап написания речи. Определение цели и задач публичного выступления. Этап исследования. Работа спичрайтера с источниками информации.	4	Обсуждение дискуссионных вопросов, решение поставленных задач.
	ИТОГО по разделу 7, в т. ч. 6 триместр	12 12	
	ИТОГО	52	

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

4.4.1. Содержание самостоятельной работы

№ раздела модуля/триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
	Раздел 1. «Копирайтинг как учебная дисциплина»		
1/4	Подготовка к семинару-дискуссии «Профессиональная литература: книги, статьи, интернет-источники по копирайтингу».	6	Устный опрос
1/4	Подготовка к семинару-дискуссии «Выдающиеся копирайтеры».	6	Устный опрос
1/4	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (1раздел)	4	Письменный опрос
	ИТОГО по разделу 1, в т. ч. 4 триместр	16 16	
2/4	Раздел 2. «Копирайтинг как учебная дисциплина»		
2/4	Подготовка к Деловой игре "Функционал, обязанности и права копирайтера".	4	Устный опрос
2/4	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (2раздел)	4	Письменный опрос
	ИТОГО по разделу 2, в т. ч. 4 триместр	8 8	
	Раздел 3. «Язык и стиль журналистских, рекламных и PR-текстов».		Устный опрос
3/4	Язык рекламы и речевая культура современного общества.	6	Устный опрос
3/4	Фонетика рекламного текста.	6	Устный опрос
3/4	Синтаксис рекламного текста.	6	Устный опрос
3/4	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (3раздел)	4	Письменный опрос
	ИТОГО по разделу 3, в т. ч. 3 триместр	22 22	
	Раздел 4. «Современный журналистский текст: трансформация традиционных лексических, стилистических, коммуникативных норм журналистики».		

№ раздела мо- дуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма кон- троля
4/4	История формирования языка русской публицистики. Публицистический стиль. Информационный подстиль. История формирования и развития публицистического стиля русского языка (XII-XXI вв.).	4	Устный опрос
4/4	Подготовка докладов к занятию «Русский толстый журнал: конкретные редакторские стратегии и художественные практики».	6	Устный опрос
4/4	Язык СМИ. Соотношение понятий «публицистический стиль» и «язык СМИ». Язык СМИ в аспекте устной и письменной речи. Место СМИ в системе функциональных стилей современного русского литературного языка. Жанровое и стилистическое разнообразие языка СМИ. Основные тенденции развития языка и стиля СМИ в условиях современной России.	6	Устный опрос
4/4	Языковые особенности журналистского текста. Фонетические и графические средства оформления журналистского текста. Лексические средства оформления журналистского текста. Словообразовательные средства оформления журналистского текста. Словообразовательные окказионализмы. Морфологические и синтаксические средства оформления журналистского текста. Языковые средства воздействия. Языковые средства создания образности.	6	Устный опрос
4/4	Электронные средства массовой информации. Особенности коммуникации в Интернете. Гипертекст. Проблема автора.	6	Устный опрос
4/4	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (4 раздел)	6	Письменный опрос
	ИТОГО по разделу 4, в т. ч. 4 триместр	34 34	
	Раздел 5. «PR-текст: сущностные характеристики и жанровое разнообразие».		
5/5	История феномена PR-текста.	8	Устный опрос
5/5	Подготовка к семинару-беседе «Пресс-релиз как основной инструмент PR-специалиста».	10	Устный опрос
5/5	Подготовка к Деловой игре «Открытый пресс-релиз».	8	Устный опрос
5/5	Понятие «информационного повода».	8	Устный опрос

№ раздела модуля/триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
5/5	Приемы подготовки текста для СМИ.	10	Устный опрос
5/5	Комментарий как тип PR-текста.	8	Устный опрос
5/5	Диалогическое начало в PR-тексте.	6	Устный опрос
5/5	Особенности PR-текстов в сети нет. Ключевые особенности и барьеры восприятия текстов в интернет-пространстве. Факторы эффективности пиар-текстов в сети Интернет.	8	Устный опрос
5/5	Подготовка к деловой игре «Работающая рассылка».	8	Устный опрос
5/5	Планирование отношений с прессой.	12	Устный опрос
5/5	Профессиональный перевод PR-материалов. Сохранения прагматического воздействия в PR-коммуникации при переводе PR-текстов на другие языки.	20	Устный опрос
5/5	Деловое письмо в PR-деятельности и межличностной коммуникации.	10	Устный опрос
5/5	Спичрайтинг как понятие и специфическая область профессиональной деятельности PR-специалиста.	10	Устный опрос
5/5	Зарубежный опыт и современные российские модели организации эффективного спичрайтерства. Модели организации спичрайтерства в Германии, Швеции и США.	10	Устный опрос
5/5	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (5 раздел).	20	Письменный опрос
	ИТОГО по разделу 5, в т. ч. 5 триместр	156 156	
	Раздел 6. «Рекламный текст: виды, структура, методики составления, техники психологического воздействия».		
6/6	Подготовка к семинару-беседе «Продающие заголовки по технологии 4U».	4	Устный опрос
6/6	Подготовка к семинару-беседе «Основной рекламный текст».	4	Устный опрос
6/6	Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов.	4	Устный опрос
6/6	Факторы успешной (эффективной) рекламы.	4	Устный опрос
6/6	Атрибуция рекламного текста по формальным признакам.	4	Устный опрос
6/6	Коммуникативная природа рекламного текста	4	Устный опрос

№ раздела модуля/триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
6/6	Язык рекламы и речевая культура современного общества.	4	Устный опрос
6/6	Подготовка к деловой игре «Разработка слогана»	4	Устный опрос
6/6	Подготовка к деловой игре «Сценарий радиоролика»	4	Устный опрос
6/6	Подготовка к семинару-беседе «Создание рекламных текстов для наружной рекламы».	4	Устный опрос
6/6	Реклама и языковая игра.	4	Устный опрос
6/6	Реклама в СМИ. Основные жанры рекламных произведений: рекламное объявление, рекламное сообщение, рекламная статья. Особенности текстов газетно-журнальной рекламы. Особенности текстов радио- и телевизионной рекламы.	8	Устный опрос
6/6	Концепция создания рекламно-информационного издания.	6	Устный опрос
6/6	Радиодискурс. Современное радио России. О специфике языка теле- и радионовостей. Использование различных видов диалога на радио.	6	Устный опрос
6/6	Телевизионный дискурс. Слово в российском телеэфире. Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. Использование различных видов диалога на телевидении.	6	Устный опрос
6/6	Подготовка к семинару-беседе «Процесс создание рекламных текстов для телевидения».	6	Устный опрос
6/6	Разработка текстов для коммерческой, социальной и политической рекламы.	6	Устный опрос
6/6	Подготовка к семинару-беседе «Создание продающего текста на заданную тему».	6	Устный опрос
6/6	Нейминг в деятельности копирайтера.	4	Устный опрос
6/6	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (6 раздел)	8	Письменный опрос
	ИТОГО по разделу 6, в т. ч. 6 триместр	100 100	
	Раздел 7 «Деловой копирайтинг»		
7/6	Подготовка к практическому занятию «Написание деловых писем».	4	Устный опрос

№ раздела модуля/триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
7/6	Основные характеристики и виды делового общения.	4	Устный опрос
7/6	Психология делового общения. Принципы делового общения. Контексты делового общения. Нравственные нормы делового общения. Подходы к деловому общению.	6	Устный опрос
7/6	Типология и структура конфликтов в деловом общении, стратегия поведения в конфликтной ситуации.	4	Устный опрос
7/6	Речевой этикет: история, основы, факторы, определяющие его формирование.	6	Устный опрос
7/6	Национальные отличия речевых этикетов в разных странах.	4	Устный опрос
7/6	Подготовка к практическому занятию «Выдающиеся спичрайтеры».	6	Устный опрос
7/6	Подготовка к практическому занятию «Типичные затруднения спикера».	4	Устный опрос
7/6	Подготовка к практическому занятию «Работа над речью».	4	Устный опрос
7/6	Подготовка к практическому занятию «Управление вниманием аудитории».	6	Устный опрос
7/6	Деловая игра. Понятие. Виды. Проведение деловых игр. Результаты деловых игр.	8	Устный опрос
7/6	Подготовка к оценочному тестированию после каждого раздела (7 раздел)	8	Письменный опрос
	ИТОГО по разделу 7, в т. ч. 6 триместр	64 64	
	ИТОГО по модулю	400	

4.5. Курсовое проектирование

Курсовое проектирование не предусмотрено.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы по модулю и требования по выполнению изложены в СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. «Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требо-

вания к организации и проведению» и размещены в электронной информационно-образовательной среде СПбГТИ(ТУ) <https://technolog.bibliotech.ru/Account/OpenID>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств по модулю представлен в Приложении № 1

Своевременное выполнение обучающимся мероприятий текущего контроля позволяет превысить (достигнуть) пороговый уровень («удовлетворительно») освоения предусмотренных элементов компетенций. Текущий контроль по учебному модулю проводится в форме опроса и контрольных работ по разделам модуля.

Результаты учебного модуля считаются достигнутыми, если для всех элементов компетенций превышен (достигнут) пороговый уровень освоения компетенции на данном этапе.

Промежуточная аттестация по учебному модулю проводится в форме итогового тестирования

К сдаче итогового теста допускаются обучающиеся, выполнившие все формы текущего контроля.

Итоговый тест предусматривают выборочную проверку освоения предусмотренных элементов компетенций и комплектуются вопросами (заданиями).

При сдаче промежуточной аттестации, обучающийся получает 30 вопросов из перечня вопросов, время работы студента с итоговым тестом - 90 мин.

Ниже приводится пример варианта тестовых вопросов.

ОПК-1

1. О каком виде PR-текста идет речь: «Специальный бюллетень для прессы с важной, существенной информацией о приближающихся или текущих мероприятиях, событиях»?
2. Основной жанр PR-текста, несущий предназначенную для прессы актуальную оперативную информацию о событии, касающемся базисного субъекта PR:
 - Пресс-кит
 - Ньюслеттер
 - Пресс-релиз
 - Пресс-ревью
3. Какое условие является обязательным при составлении пресс-релиза?
 - наличие новостей каждого района
 - наличие заголовка
 - наличие фамилии автора

УК-4

4. Определите троп: «Утешится безмолвная печаль, и резвая задумается радость»:
 - литота
 - метафора
 - олицетворение
 - синекдоха
5. Оптимальное количество предложений в деловых письмах:
 - 2-4 предложения, главное - кратко, только основная суть;
 - до 7 предложений, остальную информацию можно прикреплять в приложениях;
 - 4-7 предложений;
 - от 7 и более, иначе вся важная информация не войдет в письмо.

6. Исправьте ошибку:

- Крепя зубы, но всё-таки чиновники не стали против и браков с иностранцами.
- За стеклянными витражами магазина были видны первые посетители.
- Наступила война.
- Лектории выполняют большую роль.
- Благодаря аварии
- Был в отпуску

ПК-3

1. В каком из функциональных стилей речи широко используются речевые клише, наименования номенклатур, аббревиатуры и отглагольные существительные:

- Научный
- Официально-деловой
- Публицистический
- Художественный

2. Для какого канала распространения информации характерна возможность максимально точного измерения всех показателей рекламы:

- Телевидение
- Радио
- Печатные СМИ
- Интернет

3. Факт, лежащий в основе PR-текста — это всегда:

- некая объективная реальность, представляемая (в зависимости от жанра) как самодостаточная, или анализируемая, или «совмещенная» с образным видением ее автором;
- определенный «отрезок» действительности, представленный таким образом, чтобы максимально полно служить цели создания благоприятной коммуникационной среды базисного субъекта;
- подается таким образом, чтобы он оказался для потенциального потребителя (покупателя) наиболее привлекательным и стимулировал его поведенческую реакцию.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения модуля

а) основная литература:

1. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 "Журналистика" / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 383 с
2. Кривонос, А. Е. PR-текст в системе публичных коммуникаций. / 2-е изд., доп. - СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. - 288 с.
3. Розенталь, Д. Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д. Э. Розенталь; под ред. И. Б. Голуб. — 20-е изд. — М.: АЙРИС-пресс, 2016. — 368 с. — (от А до Я).
4. Шугерман Д. Искусство создания рекламных посланий. Справочник выдающегося американского копирайтера. — М.: Манн, Иванов и Фребер, 2013 г.

б) дополнительная литература:

1. Аниськина Наталия Васильевна, Колышкина Татьяна Борисовна. Наружная реклама. Москва Издательство "ФОРУМ" Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013.

2. Голуб И. Б. Стилистика русского языка. Учебное пособие. — 11-е изд. — М.: Айрис-пресс, 2010. — 448 с. — (Высшее образование).

3. Замедлина Е. А. Реклама: Учебное пособие. Москва Издательский Центр РИОР Москва Издательский Дом "ИНФРА-М", 2012.

4. Гундарин Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рейтинга: Учебное пособие. 2. Москва Издательство "ФОРУМ", 2011.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля

Официальный сайт СПбГТИ(ТУ) <http://technolog.edu.ru>

Размещены :

- учебный план
- РПМ
- учебно-методические материалы

Электронно-библиотечные системы

1. Электронная библиотека СПбГТИ(ТУ) (на базе ЭБС «БиблиоТех»)

Принадлежность – собственная СПбГТИ(ТУ).

Договор на передачу права (простой неисключительной лицензии) на использования результата интеллектуальной деятельности ООО «БиблиоТех»

ГК№0372100046511000114_135922 от 30.08.2011

Адрес сайта – <http://bibl.lti-gti.ru/>

2. Электронная библиотечная система «Юрайт» <https://biblio-online.ru>

Принадлежность – сторонняя.

Договор № 109 (ЕП) 2018 от 20.12.2018.

3. E-library.ru – научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru>

Принадлежность – сторонняя.

Договор № 112 (ЕП) 2018 от 28.12.2018.

Подписка СПбГТИ (ТУ) ФЭМ содержит 5 журналов:

- ✓ Журнал «Вопросы экономики»
- ✓ Журнал «Деньги и кредит»
- ✓ Журнал « Российское предпринимательство»
- ✓ Журнал « Российский журнал менеджмента»
- ✓ Журнал « Креативная экономика»

Журнал «Экономический вектор» (издается ФЭМ СПбГТИ(ТУ))

Профессиональные базы данных

1. ПБД ФЭМ Принадлежность –собственная СПбГТИ (ТУ)

Адрес сайта https://gtifem.ru/umr/biblioteka-faylov/?sphrase_id=97#s15

1. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С- обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров. <http://www.lc.ru/news/info.jsp?id=773>

Принадлежность- сторонняя. Договор № СЛД/СИТ-01343 от 20.03.2014.

Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012 - www.garant.ru
2. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru Принадлежность – сторонняя «Консультант Плюс»
Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

Рекомендуемые интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации - <http://www.mon.gov.ru> ;
2. Федеральный портал "Российское образование" - <http://www.edu.ru>;
3. информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" - <http://window.edu.ru> ;
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru> ;
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru> .
6. Российская национальная библиотека-www.nlr.ru /
7. Национальная электронная библиотека- www.nns.ru /
8. Российская государственная библиотека.-www.rsl.ru /
9. Агентство деловых новостей «Аргументы и факты». -www.aif.ru /
10. Агентство деловой информации «Бизнес-карта».- www.biznes-karta.ru /
11. Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - <http://gramota.ru/>
12. Информационно-справочная система «Корпус русского языка» - <http://www.ruscorpora.ru/>
13. Международный информационно-просветительский проект «Современный русский» - <http://www.oshibok-net.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля

Методическая модель преподавания модуля основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

- выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;
- объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- активное участие слушателей в учебном процессе;
- проведение лабораторных занятий, определяющих приобретение навыков решения проблемы;
- написание рефератов и эссе;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям.

Используемые методы преподавания: занятия лекционного типа с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов; метод «мозгового штурма», индивидуальные и групповые задания при проведении практических занятий.

Все виды занятий по модулю «*Копирайтинг*» преподаватели должны проводить в соответствии с требованиями следующих СТП:

- СТП СПбГТИ 040-2002. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лекция. Общие требования;

- СТП СПбГТИ 018-2002. КС УКВД. Виды учебных занятий. Практические и семинарские занятия. Общие требования к организации и проведению.

- СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению.

- СТП СПбГТИ 016-99. КС УКВД. Порядок проведения зачетов и экзаменов.

СТО СПбГТИ 020-2011. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лабораторные занятия. Общие требования к организации проведения.

СТО СПбГТИ 044-2012. КС УКВД. Виды учебных занятий. Курсовой проект. Курсовая работа. Общие требования.

СТО СПбГТИ 018-2014. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Семинары и практические занятия. Общие требования к организации и проведению.

СТП СПбГТИ 045-2004. КС УКВД. Планирование учебного процесса в институте.

Для более глубокого изучения модуля преподаватель предоставляет студентам информацию о возможности использования Интернет-ресурсов по разделам модуля.

Содержание практических занятий определяется календарным тематическим планом, который составляется преподавателем, проводящим эти занятия на основе рабочей программы.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является:

- плановость в организации учебной работы;
- серьезное отношение к изучению материала;
- постоянный самоконтроль.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю

10.1. Информационные технологии

В учебном процессе по данному модулю предусмотрено использование информационных технологий:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций;
- взаимодействие с обучающимися посредством электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС СПбГТИ(ТУ)).

10.2. Программное обеспечение.

Операционная система Microsoft Windows

Microsoft Office 2010 (Microsoft Word, Microsoft Excel).

«1С:Предприятие», версия 8 (1С: Бухгалтерия предприятия)

10.3. Информационные справочные системы

1. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru

Принадлежность – сторонняя

Контракт № 04(49)12 от 31.12.2012г. по оказанию информационных услуг с использованием экземпляров Специальных Выпусков Систем

КонсультантПлюс

2. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru

3. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С- обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров.

<http://www.lc.ru/news/info.jsp?id=773>

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю

Для проведения учебных занятий используется межкафедральная лаборатория «экономической информатики», состоящая из 5 больших компьютерных классов, или лаборатория «информационных технологий», включающая 3 учебные лаборатории с 30 рабочими местами в каждой, и для самостоятельной работы студентов оснащен 1 компьютерный зал. Каждая учебная аудитория на факультете экономики и менеджмента оборудована мультимедийным комплексом, состоящим из компьютера, проектора, экрана. Общее число компьютеров составляет 185 машин.

Все компьютеры объединены во внутреннюю сеть под управлением двух серверов, а также имеют выход в Интернет.

Компьютеры имеют оснащение наушниками и микрофонами для выполнения творческих заданий. Для выполнения заданий студенты используют пакет программ Microsoft Office.

Для проверки знаний студентов используется кабинет тестирования, который также интегрирован в локальную сеть факультета и имеет выход в Интернет. Для тестирования знаний студентов используется программа внутрифакультетского тестирования «зачет» (разработчик зам.декана по ИТ Чибиряк П.В.), тестирование на портале i-exam.ru.

Для обеспечения оперативного информирования и обеспечения необходимой учебной и методической информацией создан интернет портал – gtifem.ru. В рамках данного проекта реализована возможность социальной коммуникации между студентами и преподавателями, организован доступ к учебной литературе, к обсуждению и реализации разного рода проектов не только в рамках учебного процесса, но и в социально-общественной жизни студентов.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

(190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е)

Набор демонстрационного оборудования и технические средства обучения: проектор BENQ SP840; экран ScreenMedia MW 300x240 настенный подпружиненный; персональный компьютер (1 комплект); сетевое оборудование для выхода в Интернет; колонки акустические (1 комплект); акустическая система, микрофон. Специализированная мебель: доска аудиторная, столы, скамейки аудиторная доска. Вместимость аудитории – 72 посадочных мест. Учебно-наглядные пособия.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

(190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е)

Набор демонстрационного оборудования и технические средства обучения: проектор Acer 1260p; экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональные компьютеры (24 комплекта); сетевое оборудование для выхода в Интернет каждого

компьютера в кабинете; колонки акустические (1 комплект); лицензионное системное программное обеспечение. Специализированная мебель: доска аудиторная, столы, скамейки. Вместимость аудитории – 46 посадочных мест. Учебно-наглядные пособия.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

(190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е)

Набор демонстрационного оборудования и технические средства обучения: проектор Acer X 1260p; экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональные компьютеры (31 комплект); сетевое оборудование для выхода в Интернет каждого компьютера в кабинете; колонки акустические (1 комплект); лицензионное системное программное обеспечение. Специализированная мебель: столы, скамейки аудиторная доска. Вместимость кабинета – 60 посадочных мест. Учебно-наглядные пособия.

Помещение для самостоятельной работы и курсовых работ, промежуточной аттестации (190013, г. Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 24-26/49, лит. Е)

Набор демонстрационного оборудования и технические средства обучения: проектор Epson; сканер, экран ScreenMedia MW 180x180 настенный подпружиненный; персональные компьютеры (14 комплектов); сетевое оборудование для выхода в Интернет; лицензионное системное программное обеспечение. Специализированная мебель: столы, скамейки аудиторная доска. Вместимость аудитории – 28 посадочных мест.

12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее - обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;
- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями учебный процесс осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья СПбГТИ(ТУ), утвержденным ректором 28.08.2014 г.

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистен-

та (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебного модуля обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по модулю обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;
- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие обучающимся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебного модуля профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по модулю для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене