



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Новосибирский государственный педагогический
университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан

Института менеджмента и социальных
коммуникаций

(подпись)

16.04.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Копирайтинг

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Уровень высшего образования:
бакалавриат

Форма обучения:
заочная

СОСТАВИТЕЛИ:

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью
Э.Н. Климова

РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цель освоения дисциплины:

теоретическая и практическая подготовка подготовка специалиста, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами коммерческих коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламного и PR-проекта

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.0017 г. №512.

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 5 семестре. Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ / 108 часов, в том числе 10 часов - контактная работа с преподавателем, 94 часа - самостоятельная работа (таблица 2).

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Дисциплина направлена на формирование компетенции(-ий), представленных в таблице 1.

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	
Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
УК-4.1 Владеет нормами русского литературного языка/нормами иностранного(ых) языка(ов).	Знать: основы устной и письменной коммуникации на русском и иностранном (-ых) языках; основные принципы и правила создания коммерческих текстов; Уметь: грамотно, четко и доступно излагать в письменной и/или устной форме профессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языках; создавать тексты под различные коммерческие задачи,
УК-4.2 Адекватно воспринимает и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском/ иностранном(ых) языке(ах).	использовать разные языковые средства для создания рекламных текстов;
УК-4.3 Использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации на русском/ иностранном(ых) языке(ах).	Владеть: навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и

<p>УК-4.4 Использует адекватные целям и ситуациям общения языковые средства для решения профессиональных задач в деловой коммуникации на русском и иностранном(ых) языке(ах).</p>	<p>взаимодействия на русском и иностранном (-ых) языках; создания рекламных и коммерческих текстов, использование языковых средств для решения профессиональных и коммерческих задач</p>
<p>ПК-1 Способен анализировать информацию и данные маркетинговых исследований, применять их в рекламе, PR и иных коммуникациях коммерческой организации.</p>	
<p>ПК-1.1 Выбирает источники и методы работы с данными о потребителях, целевой аудитории рекламы, PR и (или) продвижения товаров и услуг коммерческих организаций.</p>	<p>Знать: источники и инструменты работы с информацией, необходимой для создания текстов в рамках рекламного проекта, инструменты мониторинга обратной связи с аудиторией, маркетинговые методы сбора данных, методы анализ информации;</p>
<p>ПК-1.2 Анализирует информацию и данные исследований рекламы, PR-поддержки и продвижения товаров и услуг, иных показателей маркетинговой активности коммерческой организации.</p>	<p>Уметь: анализировать текущую ситуацию на рынке для создания коммерческих и рекламных текстов, применять в профессиональной деятельности методы анализа информации; создавать на основе собранных данных текстовый материал,</p>
<p>ПК-1.3 Применяет информацию маркетинговых исследований в управлении информационными и рекламными ресурсами организации, при размещении рекламных и PR-материалов коммерческих организаций.</p>	<p>необходимый для презентации и продвижения проекта Владеть: сбора и анализа данных с применением маркетингового инструментария, создания рекламных и коммерческих текстов, необходимых для презентации и продвижения проекта в сфере рекламы и PR.</p>

2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Пятый семестр

Тема 1. Введение в копирайтинг.

Основные понятия копирайтинга. Деятельность копирайтера. Роль копирайтинга в продюсировании. Обязанности редактора. Исследование целевой аудитории. Уникальное торговое предложение. Портреты потребителя и инсайты.

Тема 2. Создание текста. Типы и форматы.

Создание текстов разных типов и форматов. Типологии текстов. Сервисные тексты. Продающие тексты. Структурные приемы. Лексические и стилистические приемы. Отличие текста и статьи. Тексты для рассылок: голос и тон компании, тема и прехедер. Тексты для лендингов. SEO тексты. Редактура текстов. Гигиена текста и корректура. Заголовок – основной элемент рекламного текста. Типы заголовков. Взаимодействие заголовка и иллюстрации. Методики написания заголовка.

Слоган (фирменный лозунг) как интегральная часть не только отдельного рекламного объявления. Игра слов, рифмы, аллитерации. Логика изложения.

Тема 3. Создание текста. Контент.

Разные форматы контента. Дайджесты и подборки. Карточки. Постеры. Авторский контент. Генерация тем для контента. Копирайтинг для социальных сетей. TOV. Управление вниманием. особенности текстов для социальных сетей. Контент для маркетинг-плейсов, интернет-магазинов. Тексты о компании и коммерческие предложения. Адаптация переводных текстов.

Верстка лендингов в Tilda. Элементы лендинга. Правило 10 секунд. Иллюстрации.

Тема 4. Брифинг и работа с заказчиками.

Заказчики. Общение с заказчиком. Вопросы, которые нужно задавать. Как общаться с партнерами, коллегами. Воркшоп: основы контент-стратегии. Творческое резюме (бриф) – креативная аннотация. Креативная стратегия – документ, устанавливающий критерии поведения рекламной компании во всех средствах информации. Составляющие креативной стратегии: целевая аудитория; предложение / позиционирование бренда; имидж бренда; интонация; дальнейшие рекомендации

Содержание работ по дисциплине

Таблица 2

Содержание работы	Виды и формы работы, час					Всего, час	Код компетенции
	Контактная работа				Самостоятельная работа, в т.ч. в форме практической подготовки*		
	Лекции, в т.ч. в форме практической подготовки*	Лабораторные, в т.ч. в форме практической подготовки*	Практические, в т.ч. в форме практической подготовки*	Консультации, в т.ч. в форме практической подготовки*			
Пятый семестр							
Тема 1. Введение в копирайтинг.	1		1		10	12	УК-4, ПК-1
Тема 2. Создание текста. Типы и форматы.	1		2(1)		26	29	УК-4, ПК-1
Тема 3. Создание текста. Контент.	1		1(1)		30	32	УК-4, ПК-1
Тема 4. Брифинг и работа с заказчиками.	1		2(2)		28	31	УК-4, ПК-1

Подготовка к зачету с оценкой					4	4	УК-4, ПК-1
Итого по дисциплине	4		6(4)		98	108	

* В случае проведения контактной или самостоятельной работы в форме практической подготовки, часы на практическую подготовку указываются в скобках.

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Основная учебная литература

1. Харламов, Андрей Васильевич Копирайтинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / А. В. Харламов, Е. А. Поддячая ; Новосиб. гос. пед. ун-т, Ин-т открытого дистанционного образования. - CD с автозапуском: электрон. текстовые, граф., зв. данные, видеоданные. - Новосибирск : НГПУ, 2014. - 1 CDR (215 Мб) - (Проект "Образовательные ресурсы XXI века"). - URL: <https://lib.nspu.ru/views/library/55224/web.php> (дата обращения: 14.08.2025) . - Подготовлено и издано в рамках реализации Программы стратегического развития ФГБОУ ВПО "НГПУ" на 2012-2016 гг. - Мин. систем. требования: Pentium 166 и выше; 60 Мб свободного места на жестком диске; 64 Мб ОЗУ; в/карта с разреш. 800x600 и цв. гаммой 16 bit; MS Windows, Me, 2000, XP, Vista 7, 8 ; зв. карта, колонки или наушники. - Доступна эл. версия в ЭБС НГПУ. - ISBN 978-5-00023-516-4
2. Трищенко, Дмитрий Александрович Копирайтинг : учебное пособие для вузов : учебное пособие для студентов вузов по гуманитарным направлениям : рек. УМО вузов РФ / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. - Москва : Юрайт, 2023. - 124 с. - (Высшее образование). - Библиогр. в сносках и с. 124. - Учебное пособие соответствует Федер. гос. образоват. стандарту высшего образования. - ISBN 978-5-534-15275-3. - Текст : непосредственный

4.2 Дополнительная учебная литература

1. Брукс, Памела Копирайтинг : как написать рекламу, которая будет продавать / Памела Брукс ; [пер. с англ. П. А. Филиппов ; ред. Б. И. Мещеряков]. - Москва : Бератор-паблишинг, 2005. - 128 с. - (Практические секреты повышения продаж). - Словарь: с. 125-126. - ISBN 5-9727-0008-5 (рус.). - ISBN 0-9539856-3-6 (англ.)
2. Иванова, Кира Алексеевна Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. А. Иванова. - 2-е изд. - Москва ; Санкт-Петербург : Питер, 2008. - 160 с. - (Маркетинг для профессионалов). - Библиогр.: с. 156-1257. - ISBN 978-5-469-01108-8. - ISBN 5-469-01108-9
3. Кузнецов, Павел Александрович Копирайтинг & спичрайтинг : эффективные рекламные PR-технологии / П. А. Кузнецов. - Москва : Дашков и К, 2012. - 260 с. : ил. - Библиогр.: с. 252-257. - Словарь: с. 258-259. - ISBN 978-5-394-01184-9

4.3 Ресурсы открытого доступа

1. Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. URL: <http://prepod.nspu.ru/>
2. Все про копирайтинг: статьи, основы, секреты, примеры текстов, книги и уроки для копирайтеров. URL: <https://shard-copywriting.ru/>
3. Культура письменной речи. URL: <http://www.grammar.ru>

4.4 Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Темы дисциплины	Перечень учебно-методического обеспечения (номер источника из п.п. 4.1-4.3)
Задания для самостоятельной работы	
Пятый семестр	
Тема 1. Введение в копирайтинг.	Основная учебная литература: 1, 2 Дополнительная учебная литература: 1, 2 Ресурсы открытого доступа: 1
Эссе (рассуждение). Оцените необходимость для копирайтера широкого гуманитарного образования, знаний о культуре и искусстве, умение быть открытым и любопытным по отношению к тому, что происходит вокруг, необходимость понимания того, почему разные люди любят разные вещи.	

Тема 2. Создание текста. Типы и форматы.	Основная учебная литература: 1, 2 Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3 Ресурсы открытого доступа: 1
<p>Выберите тему вашего проекта (магазин деских игрушек, интернет-магазин одежды, товары для здоровья, курсы китайского языка и др.).</p> <p>Вы можете выполнять задание на основе собственного проекта. Проверьте, соответствует ли он следующим критериям, перед тем, как приступить к выполнению задания:</p> <p>он уже существует, у него есть сообщества во ВКонтакте или Одноклассниках, у него есть работающий сайт (опционально: подключенные сервисы веб-аналитики).</p> <p>На курсе вы будете работать с текстами для разных социальных сетей.</p> <p>Вы также можете использовать для учебы проект, если у него:</p> <p>есть сайт и сообщество только в одной соцсети; есть сайт и сообщества в соцсетях пока плохо развиты;</p> <p>Перед тем, как приступить к выполнению домашнего задания, подумайте над ответом на следующие вопросы:</p> <p>Кому мы рассказываем, кто наша целевая аудитория (ЦА)? На какой площадке будет размещён текст? С какой целью мы рассказываем? Ожидаем ли мы какого-то действия от читателя? Какая боль есть у нашего читателя? Как мы эту боль будем «лечить»?</p> <p>Исходя из этих ответов, выполните следующие пункты задания:</p> <p>Опишите, какой тип текста вы планируете писать: информационный, развлекательный или образовательный. Напишите, почему вы выбрали такой тип текста.</p> <p>Определите тему и идею для вашего текста. Опишите, почему вы хотите взять выбранную вами тему и идею для текста.</p> <p>Определите формат и жанр вашего текста. Опишите, почему вы хотите использовать выбранный вами формат и жанр текста.</p> <p>Определите площадку, на которой вы собираетесь разместить ваш текст. Опишите, почему вы выбрали данную площадку.</p> <p>Напишите техническое задание на написание текста, используя информацию, которую вы написали ранее, и ответы на вопросы:</p> <p>Кому мы рассказываем, кто наша целевая аудитория? С какой целью мы рассказываем? Какие действия мы ожидаем от читателя? Какая боль есть у нашего читателя? Как мы эту боль будем «лечить»?</p>	
<p>1. Поиск фигур речи в текстах</p> <p>Подберите пять метафор в текстах, которые вы прочли в интернете: на сайтах, или в блогах. В ваш файл домашнего задания прикрепите скриншоты текстов или сами тексты с выделением метафор</p> <p>Опишите, почему найденный вами приём вы считаете метафорой</p> <p>2. В найденных вами статьях попробуйте найти другие лексические и стилистические приёмы, которые были рассмотрены в лекции.</p> <p>В ваш файл домашнего задания прикрепите скриншот выделенных приёмов в тексте</p> <p>Опишите, почему вы относите найденные приёмы к определённому виду</p> <p>3. Напишите вступление к вашей статье (тем на ваш выбор), используя как лексические, так и стилистические приёмы. Напишите, почему именно эти приёмы вы выбрали. Поясните.</p>	
Описание задания	

1. Напишите план статьи:

ключевые вопросы и тезисы;

чем, как начнёте;

чем, как закончите;

логические связи и выводы, которые обязательно хотите подсветить;

примеры, которые оживят текст;

понятные шутки или забавные факты, которыми хотите разбавить материал. Объясните, где и как вы будете брать фактуру для этой статьи.

2. Напишите статью по своему плану.

Тема 3. Создание текста. Контент.

Основная учебная литература: 1, 2

Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3

Ресурсы открытого доступа: 1, 2, 3

Научиться работать с матрицей контента. Заполните все ее поля. При заполнении полей не забывайте про потребности клиента, задачи команды, характеристики продукта/услуги, форматы, каналы дистрибуции.

Научиться писать тексты для универсальных форматов

На основе получившейся матрицы контента:

придумайте несколько тем для ваших публикаций (напишите, почему вы выбрали эти темы);

определитесь с ресурсом/ресурсами, где вы будете публиковать контент (опишите, почему вы выбрали эти ресурсы);

выберите несколько универсальных форматов для контента (дайджесты и подборки, карточки, игры и квизы, чеклисты, авторский контент). Напишите, почему вы выбрали эти форматы;

напишите текст публикации как минимум к одной теме и формату, который вы выбрали (для большой практики написания текстов, рекомендуем не брать в работу дайджесты и подборки, если вы будете писать текст к одной теме и формату);

по возможности, если необходим дизайн для выбранных вами форматов, сверстайте его в любой из программ: Power Point, Photoshop, Figma.

Шаблон матрицы контента

Дистрибуция	Ситуация клиента	Потребность, задача или вопрос клиента	Задача команды	Характеристика	Характеристика	Формат

Инструкция к заданию.

Для выполнения данного домашнего задания в качестве проекта вы можете взять:

Музыкальная школа для детей.

Такси.

Любой технологичный IT-стартап.

Вы можете также работать над своей темой.

Описание задания:

Придумайте название для вашего проекта. Если проект уже есть, используйте его название.

Выберите один основной сегмент целевой аудитории (ЦА). Дайте краткую характеристику

особенностей этого сегмента, желания, потребности, боли, препятствия.

Продумайте и опишите ToV, аргументируйте, почему выбрали именно такой ToV.

Выберите любую соцсеть: ВКонтакте, Telegram, Одноклассники. Укажите, для какой социальной сети будете писать посты и почему вы выбрали именно эту соц. сеть.

Напишите по одному разному посту для каждого из четырех видов контента: продающий, полезный, экспертный, развлекательный.

Тема 4. Брифинг и работа с заказчиками.

Основная учебная литература: 1, 2

Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3

Ресурсы открытого доступа: 1, 2

Инструкция к заданию

Есть два варианта решения домашнего задания:

Если у вас есть свой или учебный проект – выбирайте вариант 1. Если у вас нет своего проекта – выбирайте вариант 2.

Вариант 1

Определите или опишите бренд, продукт или событие, под который вы будете создавать слоган (например, выход продукции или появление новой услуги, рекламная кампания под гендерные праздники, презентация события).

Определите и запишите одним предложением то сообщение, которое через ваш слоган должна понять целевая аудитория (помните, один слоган = одно сообщение).

Например: слоган для бытовой техники в рекламной кампании под «Черную Пятницу».
Сообщение: успеи купить по выгодной цене.

Определите 3-5 сегментов ЦА для которых вы будете писать слоган. Опишите их в нескольких фразах (кто они, сколько лет, особенности сегмента).

Исходя из определенного бренда/продукта/повода, напишите слоганы под каждый сегмент ЦА. Опирайтесь на преимущества вашего продукта и сообщения, которое вы хотите донести до ЦА. Одна целевая аудитория — 1 слоган (не менее 5 слоганов на всё домашнее задание, но при желании можно больше).

Определите вид слогана (бренд-лайн, продуктовый лайн, копилайн, саблайн) и опишите, почему вы считаете, что этот слоган относится именно к этому виду.

Вариант 2

Событие: некий бренд мороженого выпустил новое мороженое со вкусом леденцов. Придумайте слоганы для этого мороженого под разную целевую аудиторию: дети, студенты, девушки 20-25 лет, семья, пенсионеры. Одна целевая аудитория — 1 слоган (не менее 5 слоганов на всё домашнее задание, но при желании можно больше).

Пример: Студенты: Зачётный вкус или М-мороженко Дети: Ешь от души — мама разрешит!

1. Адаптируйте получившийся слоган под разные форматы рекламы (наружная реклама, печатная, тв, интернет-реклама и т.д.)

2. Расширьте получившийся слоган включив несколько видов слоганов. Опишите, какой именно вид вы использовали и почему.

Важно! Чтобы слоган «попал» в целевую аудиторию и был для нее актуальным, аудиторию нужно проанализировать. Как сделать экспресс-анализ, который облегчит вашу задачу:

А) Ответьте на вопросы:

Какой язык релевантен аудитории?

Как они проводят своё время: какие каналы смотрят? Например, геймеры не сидят в «Телеграмме», «ВК».

Какие бренды ей интересны: релевантен ли наш продукт её интересам?

Б) Посмотрите: Соцсети: что постят, что смотрят, чем делятся, как и что комментируют? Фильмы и сериалы о вашей целевой аудитории: сценаристы и режиссеры уже изучили вашу аудиторию для своего фильма. На ваше окружение: что волнует ваших мам, пап, сестер, подруг, детей. Наблюдайте, спрашивайте, записывайте инсайты и интересные обороты.

Тест на закрепление знаний

1. К какому виду контента в соцсетях относится ньюсджекинг?

- А. Полезный.
- Б. Экспертный.
- В. Развлекательный.
- Г. Отзывы.
- Д. Продающий.

2. Соотнесите виды писем и их назначения:

- А. Промо
- Б. Подтверждение регистрации
- В. Welcome-серии
- Г. Реактивация
- Д. Подтверждение покупки
- Е. Брошенная корзина

- 1) чтобы подтолкнуть читателя к покупке
- 2) чтобы сообщить, что покупка прошла
- 3) чтобы подтолкнуть подписчика вновь открывать письма
- 4) чтобы человек подтвердил регистрацию
- 5) чтобы подтолкнуть читателя завершить покупку
- 6) чтобы заинтересовать читателя и повысить лояльность

3. С чего должен начинаться любой текст?

- 1. С лида.
- 2. С заголовка.
- 3. С подзаголовка.
- 4. С названия смыслового блока.

4. Что важно учесть, формулируя заголовок материала?

- А. Заголовок должен вовлекать читателя, обещать ему пользу или решение проблемы.
- Б. Заголовок должен содержать цифры, если они используются в статье.
- В. Заголовок должен содержать метафору или сравнение, чтобы привлечь внимание.
- Г. Все варианты верны.

5. Сопоставьте термин и его правильное определение:

- 1. Редполитика
- 2. Брендбук
- 3. Бриф
- 4. Портфолио
- 5. ТЗ

а) составляется во время, после встречи с заказчиком, служит для сбора сведений о компании, товаре, услуге, целевой аудитории, целях текста.

б) перечень выполненных работ, проектов автора с их описанием: ссылками, визуалом, примерами, скриншотами.

в) содержит требования заказчика к тексту — тему, цель, структуру, наполнение, стилистику, ключевые слова, — и технические показатели текста — объём, уникальность, SEO-параметры, ключевые слова, сроки сдачи, этапы работы и др.

г) описывает правила работы с информацией, принципы подачи контента, задаёт единые стандарты оформления.

д) отражает философию компании, её ценности, отличительные особенности, правила взаимоотношений с клиентами, описывает фирменный стиль компании, правила использования изображений и логотипов.

6. Вы написали статью, взяв информацию из нескольких источников и переписав их своими

словами. Это:

- a) Рерайтинг.
 - b) Копирайтинг.
 - c) Авторский текст.
 - d) Нет верного ответа.
7. Если вам нужно проверить информацию, какой источник будет для вас самым авторитетным?
- 1. Википедия.
 - 2. Страница в социальной сети.
 - 3. Первая ссылка в Google.
 - 4. Ни один из вышеперечисленных.
8. Что такое подзаголовок?
- 1. Что-то под заголовком.
 - 2. Заголовок, который разделяет статью на смысловые части.
 - 3. Краткие описания текста вместо введения.
 - 4. Название смыслового блока.
9. Для чего нужен сервис Главред?
- 1. Помогает очистить тексты от словесного мусора, проверяет на соответствие информационному стилю.
 - 2. Подбирает ключевые слова для создания SEO-текста.
 - 3. Проверяет орфографические ошибки.
 - 4. Проверяет пунктуационные и орфографические ошибки.
10. Какие выражения называют штампами?
- А. Выражения, в которых отсутствует семантическая содержательность.
 - Б. Это разновидность языковых средств, то же самое, что языковое клише.
 - В. Это слова с универсальными значениями.
 - Г. Это шаблонные выражения, которые используются только в научной и деловой литературе.

Подготовка к зачету с оценкой

Основная учебная литература: 1, 2
Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3
Ресурсы открытого доступа: 1, 2, 3

5 РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1 Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (таблицы 4, 5).

Локальные информационные технологии

Таблица 4

Группа программных средств	Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	Аудитория	Реквизиты подтверждающего документа
Архиваторы файлов	WinRAR	6	Лицензионное соглашение № от 03.05.2011 Контракт №125 от 03.05.2011
Операционные системы	Windows 7 Professional	6	Лицензионное соглашение №48394535 от 09.04.2011 Контракт №125 от 03.05.2011
Офисные приложения	Office Professional 2010	6	Лицензионное соглашение №48394535 от 19.04.2011 Контракт №125 от 03.05.2011

Распределенные информационные технологии

Таблица 5

Группа	Наименование
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ http://lib.nspu.ru

5.2 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 6

Номер и наименование (при наличии) помещения для осуществления образовательной деятельности	Перечень основного оборудования	Адрес места осуществления образовательной деятельности (местоположение согласно лицензии)
Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа		
Ауд. №33 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))	Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1

<p>Ауд. №100 «Аудитория для лекционных занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №200 «Аудитория для лекционных занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт. Интерактивное оборудование: Интерактивный дисплей (панель) - 2шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа (практические занятия, лабораторные занятия)/ Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций/ Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации</p>		
<p>Ауд. №22 «Компьютерный класс»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Флипчарт - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 23шт. Интерактивное оборудование: SMART доски - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №31 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Ноутбук (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №26 « Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Интерактивное оборудование: SMART доски - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>

<p>Ауд. №34 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 2шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №29 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №106 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №104 « Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №101 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 2шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>

<p>Ауд. №203 « Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 2шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №202 «Аудитория для семинарских и практических занятий»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 2шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Ауд. №21 «Компьютерный класс»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели, Доска аудиторная - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 17шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся</p>		
<p>Ауд. №6 «Помещение для самостоятельной работы»(Здание (учебный корпус института рекламы и связи с общественностью НГПУ))</p>	<p>Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 2шт., Ноутбук (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 2шт. Печатное и сканирующее оборудование: Принтеры - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилюйская, дом 28/1</p>
<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p>		

<p>Ауд. №5 «Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования»(Здание (Учебный корпус №1))</p>	<p>Инвентарь: Специализированный инвентарь - 1шт. Здания/Сооружения: Сооружения - 1шт. Учебное оборудование и наглядные пособия: Милливольтметры - 1шт., Генераторы - 1шт., Измерители - 1шт. Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте - 1шт. Печатное и сканирующее оборудование: МФУ - 1шт.</p>	<p>630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Виллойская, дом 28</p>
<p>Ауд. №105б «Для профилактического обслуживания оборудования»(Здание (Школа(Учебный корпус №2)))</p>		<p>630132, г. Новосибирск, Железнодорожный район, ул. Советская, дом 79</p>

6 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1 Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

Таблица 7

№ п/п	Наименование темы	Код компетенции	Формы проверки
Пятый семестр			
1	Тема 1. Введение в копирайтинг.	УК-4, ПК-1	1. Практические задания.
2	Тема 2. Создание текста. Типы и форматы.	УК-4, ПК-1	1. Практические задания.
3	Тема 3. Создание текста. Контент.	УК-4, ПК-1	1. Практические задания.
4	Тема 4. Брифинг и работа с заказчиками.	УК-4, ПК-1	1. Кейсы.

6.2 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Таблица 8

Оценочные материалы для промежуточной аттестации	
Пятый семестр (Зачет с оценкой)	
Код компетенции: УК-4	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Типы и форматы текста. 2. Лексические и стилистические приемы создания текстов. 3. Разные форматы контента: дайджесты и подборки. 4. Разные форматы контента: карточки, игры и квизы. 5. Копирайтинг для социальных сетей. 6. Темы для статей : генерации тем. 7. Тексты для рассылок. 8. Тексты для лендингов. 9. Авторский контент. Белая книга. 10. Структура текста. Работа с заголовками. 11. Корректурa и гигиена текста. 12. SEO тексты и статьи. 13. Контент для маркетинг-плейсов, интернет магазинов и агрегаторов. 14. Тексты о компании, коммерческие предложения. 15. Лендинги и их верстка. 16. Работа с заказчиками. 17. Анализ целевой аудитории. 18. Контент-планирование. 19. Контент-стратегии. 20. Копирайтинг в работе продюсера. 	
Код компетенции: ПК-1	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Типы и форматы текста. 2. Лексические и стилистические приемы создания текстов. 3. Разные форматы контента: дайджесты и подборки. 4. Разные форматы контента: карточки, игры и квизы. 5. Копирайтинг для социальных сетей. 6. Темы для статей : генерации тем. 7. Тексты для рассылок. 8. Тексты для лендингов. 9. Авторский контент. Белая книга. 10. Структура текста. Работа с заголовками. 	

11. Корректурa и гигиена текста.
12. SEO тексты и статьи.
13. Контент для маркетплейсов, интернет магазинов и агрегаторов.
14. Тексты о компании, коммерческие предложения.
15. Лендинги и их верстка.
16. Работа с заказчиками.
17. Анализ целевой аудитории.
18. Контент-планирование.
19. Контент-стратегии.
20. Копирайтинг в работе продюсера.

Критерии выставления отметок

Отметка «отлично» / «зачтено» (высокий уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил системные знания по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики, продемонстрировал способность к их самостоятельному пополнению, в том числе в рамках учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности; при выполнении заданий, предусмотренных программой, успешно продемонстрировал осваиваемые в рамках дисциплины / модуля / практики профессиональные умения; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы полностью и качественно, на творческом уровне, выразил личностную значимость деятельности; при устном ответе высказал самостоятельное суждение на основе исследования теоретических источников, логично и аргументированно изложил материал, связал теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров, свободно ответил на дополнительные вопросы; при выполнении письменного задания представил содержательный, структурированный, глубокий анализ сути и путей решения проблемы (задачи, задания); при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 85 – 100 % заданий.

Отметка «хорошо» / «зачтено» (средний уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил знание основного материала по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, продемонстрировал способность к их самостоятельному пополнению; при выполнении заданий, предусмотренных программой, смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения, но допустил неприципиальные ошибки в их выполнении, которые смог исправить при незначительной помощи преподавателя; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, при этом задания выполнены полностью и качественно; при устном ответе объяснил учебный материал, интерпретировал содержание, экстраполировал выводы; при выполнении письменного задания представил репродуктивную позицию элементы анализа в описании сути и путей решения проблемы (задачи, задания), изложил логическую последовательность вопросов темы; при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 75 – 84 % заданий.

Отметка «удовлетворительно» / «зачтено» (пороговый уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил знание основного материала по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, но знания имеют пробелы и плохо структурированы; при выполнении заданий, предусмотренных программой, в целом смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения, но допустил ошибки в их выполнении, которые смог исправить при незначительной помощи

преподавателя; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, при этом задания выполнены формально, кратко, рефлексия неполная или носит формальный характер, представлено поверхностное описание; при устном ответе продемонстрировал знание базовых положений и ключевых понятий, верно воспроизвел учебное содержание без использования дополнительного материала; при выполнении письменного задания представил репродуктивную позицию в описании сути и путей решения проблемы (задачи, задания); при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 60 – 74 % заданий.

Отметка «неудовлетворительно» / «не зачтено» (компетенция(-ии) не сформирована(-ы)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил отсутствие знаний либо фрагментарные знания по основным разделам программы дисциплины / модуля / практики; при выполнении заданий, предусмотренных программой, не смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения (допустил принципиальные ошибки в их выполнении, которые не смог исправить при указании на них преподавателем), либо не выполнил задания; не выполнил предусмотренные учебным планом практические, лабораторные задания; не полностью выполнил задания для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, либо задания выполнены неверно, очевиден плагиат; при устном ответе допустил фактические ошибки в использовании научной терминологии и изложении учебного содержания, сделал ложные выводы; при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 0 – 59 % заданий.