

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Филиал Казанского (Приволжского) федерального университета в городе Джизаке
Республики Узбекистан



Программа дисциплины

Копирайтинг

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Новые медиа

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2026

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. (доцент) Баканов Р.П. (кафедра национальных и глобальных медиа, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Roman.Bakanov@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-1	Способен к осуществлению творческой-организационной деятельности по созданию медиапродуктов текстового, аудиовизуального характера для всех типов медиа ресурсов в рамках традиционных и новых форматов с использованием современных технологий, включая выбор темы (разработка сценариев), подготовку к публикации собственных материалов/работу в эфире, отбор авторских материалов для публикации, редактирование материалов.

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- Особенности творческо-организационной деятельности по созданию текстовых и аудиовизуальных медиапродуктов копирайтингового характера;
- типологические особенности медиаресурсов, включая традиционные и новые форматы.

Должен уметь:

- Создавать, редактировать собственные и авторские медиатексты, стимулирующие рост продаж или популяризирующие товары, компании, услуги, людей или идеи.

Должен владеть:

- Практическими навыками и алгоритмами создания текстовых и аудиовизуальных копирайтинговых медиапродуктов для всех типов медиаресурсов,
- методиками выбора темы и разработки сценариев будущих медиаматериалов в контексте копирайтинга.

Должен демонстрировать способность и готовность:

Применять полученные знания и практические навыки в будущей профессиональной деятельности по направлению обучения.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.01.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.02 "Журналистика (Новые медиа)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 1 курсе в 1 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 18 часа(ов), в том числе лекции - 6 часа(ов), практические занятия - 12 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 54 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 1 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины /	ем ес	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)	яг ел

	модуля		Лекции, всего	В т.ч. лекции в эл.форме	Практические занятия, всего	в т.ч. практические в эл.форме	Лабораторные работы, всего	в т.ч. лабораторные в эл.форме
1.	Тема 1. Виды копирайтинга.	1	1	0	4	0	0	0
2.	Тема 2. Типы аудитории.	1	2	0	4	0	0	0
3.	Тема 3. Типы коммуникации.	1	1	0	2	0	0	0
4.	Тема 4. Рекламные тексты.	1	2	0	2	0	0	0
	Итого		6	0	12	0	0	0
								54

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Виды копирайтинга.

Слово копирайтинг происходит от английского copywriting (copy - текст, рукопись, write - писать). Изначально копирайтингом называли написание рекламных текстов. Однако сегодня под этим термином понимают создание практически любых типов текста (рекламных, журналистских, литературных, SEO-текстов) для всех каналов распространения информации: и массовых - СМИ, книг, интернета, и не массовых - спичей, питчей, презентаций. Людей, которые профессионально занимаются копирайтингом, называют копирайтерами (copywriter). (Созвучное слово "копирайт", или "copyright", относится к законодательной сфере авторского права и собственно к копирайтингу никакого отношения не имеет.

Тема 2. Типы аудитории.

Умение распознавать и определять свою аудиторию является одним из основных качеств и профессионализма любого копирайтера. Сегментировать целевую аудиторию можно на основе любого актуального для копирайтера фактора (демографического, географического, платежеспособности, политических взглядов и т.д.) Сегментация аудитории является особенностью современного медиаландшафта. Изучением вкусов и интересов и способов потребления информации озабочены маркетологи, журналисты и в целом те, кто непосредственно, создает и производит этот самый медиаконтент.

Тема 3. Типы коммуникации.

Мало знать вкусы и интересы аудитории, необходимо обрести навыки и знать способы коммуникации с ней. Современные общие коммуникативные модели, так или иначе, восходят к теории убедительности Аристотеля, описанной им в "Риторике", в основе которой лежат этос ("привычки, нравы, темпераменты, обычаи", "нравственный элемент аргументации"), пафос ("стиль, манера, способ выражения чувств", "эмоциональное начало") и логос ("слово"). Со временем модель Аристотеля была усложнена и верифицирована Гарольдом Лассуэллом, Полем Лазарсфельдом, Роланом Бартом, Романом Якобсоном, Умберто Эко, Элизабет Ноэль-Нойман, Куртом Левином, Эверттом Роджерсом и др. В 1948 году американский ученый Г. Лассуэлл предложил свою модель коммуникации, ставшую сегодня "классической": "кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эффектом?"

Тема 4. Рекламные тексты.

Рекламные тексты или "продающие", как часто их называют, тексты один из типов копирайтинга, в специалистах которого имеют особенно большой спрос среди рекламодателей. Рекламные тексты имеют ряд особенностей, которые необходимо учитывать при подготовке к созданию текста; учитывать вербальные и визуальные факторы, а также при обработке готового текста

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

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам

высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

Интернет-журналистика / Калмыков А.А., Коханова Л.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 383 с.: ISBN 5-238-00771-X - <http://znanium.com/catalog/product/376740>

Текст культуры: культурологическая интерпретация : монография / Н.А. Симбирцева. ? 2-е изд., доп. ? М. : ИНФРА-М, 2018. ? 236 с. - <http://znanium.com/catalog/product/953389>

42.03.01: Реклама и связи с общественностью Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2018. - 131 с.: ISBN 978-5-394-02789-5 - <http://znanium.com/catalog/product/513046>

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Cerebro - cerebro.com

Instagram - instagram.com

Vk - vk.com

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Уже до лекции студент должен бегло просмотреть учебно-методический комплекс, учебник, хотя бы один из источников по учебной, учебно-методической и научной литературе по теме лекции с тем, чтобы иметь представление о проблемах, которые будут разбираться в лекции. Он должен также мысленно припомнить то, что уже знает, когда-то читал, изучал по другим предметам применительно к данной теме. Главное в подготовительной работе к лекции - формирование субъективного настроения на характер информации, которую он получит в лекции по соответствующей теме. Конспект лекции позволяет ему обработать, систематизировать и лучше сохранить полученную информацию с тем, чтобы в будущем он смог восстановить в памяти основные, содержательные моменты лекции. Типичная ошибка студентов - дословное конспектирование. Как правило, при записи "слово в слово" не остается времени на обдумывание, анализ и синтез криминально-культурологической информации. В конспекте лекции обязательно записываются название темы лекции, основные вопросы плана, рекомендованная литература. Текст лекции должен быть разделен в соответствии с планом. С окончанием лекции работа над конспектом не может считаться завершенной. Нужно еще восстановить отдельные места, проверить, все ли понятно, с тем чтобы конспект мог быть использован в процессе подготовки к семинарам, практическим занятиям, дискуссиям и т.п.</p>
практические занятия	<p>Лабораторные и практические работы составляют важную и обязательную часть теоретического и практического обучения студентов. Выполнение студентами лабораторных и практических работ направлено на обобщение, систематизацию, углубление и закрепление полученных теоретических знаний, а также на формирование умений, получение первоначального практического опыта по выполнению профессиональных задач в соответствии с требованиями к результатам освоения дисциплины, профессионального модуля. Освоенные на практических и лабораторных занятиях умения в совокупности с усвоенными знаниями и полученным практическим опытом при прохождении учебной и производственной практики формируют профессиональные компетенции.</p> <p>Работы, носящие репродуктивный характер, отличаются тем, что при их проведении студенты пользуются подробными инструкциями, в которых указаны: цель работы, пояснения (теория, основные характеристики), материалы и их характеристики, порядок выполнения работы, таблицы, выводы, которых необходимо достичь, контрольные вопросы, учебная и специальная литература.</p> <p>Работы, носящие частично-поисковый характер, отличаются тем, что при их проведении студенты не пользуются подробными инструкциями, им не дан порядок выполнения необходимых действий, и требуют от студентов самостоятельного подбора оборудования, выбора способов выполнения работы в инструктивной и справочной литературы и др.</p> <p>Работы, носящие поисковый характер, характеризуются тем, что студенты должны решить новую для них проблему, опираясь на имеющиеся у них теоретические знания.</p>
самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа студентов включает в себя наблюдение за единичными объектами; сравнительно-аналитические наблюдения; учебное конструирование; решение учебных и профессиональных задач; работа с различными источниками информации; исследовательскую деятельность.</p> <p>Наблюдение за единичными объектами подразумевает более или менее длительное восприятие с целью выяснить отличительные признаки объектов.</p> <p>Сравнительно-аналитические наблюдения стимулируют развитие произвольного внимания у студентов, углубление в учебную деятельность.</p> <p>Конструирование заставляет глубже проникнуть в сущность предмета, найти взаимосвязи в учебном материале, выстроить их в нужной логической последовательности, сделать после изучения темы достоверные выводы.</p> <p>Решение задач способствует запоминанию, углублению и проверке усвоения знаний студентов, формированию отвлечённого мышления, которое обеспечивает осознанное и прочное усвоение изучаемых основ.</p> <p>Работа с источниками информации способствует приобретению важных умений и навыков, а именно: выделять главное, устанавливать логическую связь, создавать алгоритм и работать по нему, самостоятельно добывать знания, систематизировать их и обобщать.</p> <p>Исследовательская деятельность – венец самостоятельной работы студента. Такой вид деятельности подразумевает высокий уровень мотивации обучаемого.</p> <p>Данный подход к разработке материала для самостоятельной работы студентов позволяет творчески подойти к подготовке занятий, выявить возможности изучаемого материала, создавая тем самым условия для саморазвития личности студента.</p> <p>Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование</p>

Вид работ	Методические рекомендации
	информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения. Итогом является подготовка опорного конспекта и дневника самостоятельной работы.
зачет	Подготовку к зачету необходимо целесообразно начать с планирования и подбора источников и литературы. Прежде всего следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к зачету, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на экзамен. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти. Литература для подготовки к зачету обычно рекомендуется преподавателем. Она указана в программе курса и учебно-методических пособиях. Однозначно сказать, каким именно учебником нужно пользоваться для подготовки к экзамену, нельзя, потому что учебники пишутся разными авторами, представляющими свою, иногда отличную от других, точку зрения по различным научным проблемам. Поэтому для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников (учебных пособий). Студент сам вправе придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от позиции преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации. Наиболее оптимальны для подготовки к зачету учебники и учебные пособия, рекомендованные Министерством науки и высшего образования РФ.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты: Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ. Учебная аудитория для проведения практических занятий (ауд. 308) Комплект мебели для обучающихся (посадочных мест) – 30 шт. Комплект мебели для преподавателя (посадочных мест) – 1 шт. Рабочая зона с большими столами. Компьютер (системный блок Dell OptiPlex 3000 MT Intel i5-12500 + монитор LG 27UL650W) – 1 шт. Интерактивная доска Hitachi – 1 шт. Мультимедийный проектор ACER – 1 шт. Стеллаж для материалов и макетов – 1 шт. Программное обеспечение: Microsoft Windows 10, Microsoft Office, Chrome, Firefox, Adobe Acrobat reader, Microsoft Teams. Доступ в Интернет и ЭИОС КФУ

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации

различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачётке или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе "Новые медиа".

Приложение 1
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.01.02 Копирайтинг

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет» Филиал
КФУ в городе Джизак Республики Узбекистан

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
Б1.В.ДВ.01.02 Копирайтинг

Профиль подготовки: Новые медиа

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2026

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. СООТВЕТСТВИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЛАНИРУЕМЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**
- 2. ИНДИКАТОРЫ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ**
- 3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОЦЕНОК ЗА ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНУЮ АТТЕСТАЦИЮ**
- 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, ПОРЯДОК ИХ ПРИМЕНЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ**
 - 4.1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗА ПЕРВЫЙ СЕМЕСТР**
 - 4.1.1. – Письменная работа**
 - 4.1.1.1. Порядок проведения и процедура оценивания
 - 4.1.1.2. Критерии оценивания
 - 4.1.1.3. Содержание оценочного средства
 - 4.1.2. - Контрольная работа**
 - 4.1.2.1. Порядок проведения и процедура оценивания
 - 4.1.2.2. Критерии оценивания
 - 4.1.2.3. Содержание оценочного средства
 - 4.1.3. - Коллоквиум**
 - 4.1.3.1. Порядок проведения и процедура оценивания
 - 4.1.3.2. Критерии оценивания
 - 4.1.3.3. Содержание оценочного средства
 - 4.1.4. - Творческое задание**
 - 4.1.4.1. Порядок проведения и процедура оценивания
 - 4.1.4.2. Критерии оценивания
 - 4.1.4.3. Содержание оценочного средства
 - 4.2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**
 - 4.2.1. Зачет**
 - 4.2.1.1. Порядок проведения и процедура оценивания
 - 4.2.1.2. Критерии оценивания
 - 4.2.1.3. Оценочные средства

1. Соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю)

Код и наименование компетенции	Проверяемые результаты обучения для данной дисциплины	Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации
ПК-1 Способен к осуществлению творческо-организационной деятельности по созданию медиапродуктов текстового, аудиовизуального характера для всех типов медиаресурсов в рамках традиционных и новых форматов с использованием современных технологий, включая выбор темы (разработка сценариев), подготовку к публикации собственных материалов/работу в эфире, отбор авторских материалов для публикации, редактирование материалов.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности творческо-организационной деятельности по созданию текстовых и аудиовизуальных медиапродуктов копирайтингового характера; - типологические особенности медиаресурсов, включая традиционные и новые форматы. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать, редактировать собственные и авторские мидиатексты, стимулирующие рост продаж или популяризирующие товары, компании, услуги, людей или идеи. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - практическими навыками и алгоритмами создания текстовых и аудиовизуальных копирайтинговых медиапродуктов для всех типов медиаресурсов, - методиками выбора темы и разработки сценариев будущих медиаматериалов в контексте копирайтинга. 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - письменная работа; - контрольная работа; - коллоквиум; - творческое задание <p>Промежуточная аттестация:</p> <p><i>Зачет.</i></p>

2. Индикаторы оценивания сформированности компетенций

Компетенция	Зачтено			Не засчитано
	Высокий уровень (зачтено) (86-100 баллов)	Средний уровень (зачтено) (71-85 баллов)	Низкий уровень (зачтено) (56-70 баллов)	
ПК-1	<u>Знает</u> безошибочно и критически оценивает все	<u>Знает</u> и оценивает большую часть особенностей	<u>Знает</u> и перечисляет базовые особенности	<u>Не знает</u> и не перечисляет базовые особенности

	<p>особенности творческо-организационной деятельности по созданию текстовых и аудиовизуальных медиапродуктов копирайтингового характера, а также все типологические особенности медиаресурсов, включая традиционные и новые форматы.</p>	<p>творческо-организационной деятельности по созданию текстовых и аудиовизуальных медиапродуктов копирайтингового характера, а также типологических особенностей медиаресурсов, включая традиционные и новые форматы, допуская незначительные неточности.</p>	<p>творческо-организационной деятельности по созданию текстовых и аудиовизуальных медиапродуктов копирайтингового характера, а также базовые типологические особенности медиаресурсов, включая традиционные и новые форматы, допуская грубые ошибки.</p>	<p>творческо-организационной деятельности по созданию текстовых и аудиовизуальных медиапродуктов копирайтингового характера, а также базовые типологические особенности медиаресурсов, включая традиционные и новые форматы.</p>
	<p><u>Умеет</u> употреблять и демонстрировать способность создавать, редактировать все собственные и авторские медиатексты, стимулирующие рост продаж или популяризирующие товары, компании, услуги, людей или идеи, не допуская неточностей.</p>	<p><u>Умеет</u> употреблять и иллюстрировать способность создавать, редактировать большую часть собственных и авторских медиатекстов, стимулирующих рост продаж или популяризирующих товары, компании, услуги, людей или идеи, допуская незначительные неточности.</p>	<p><u>Умеет</u> употреблять и повторять способность создавать, редактировать базовую часть собственных и авторских медиатекстов, стимулирующих рост продаж или популяризирующих товары, компании, услуги, людей или идеи, допуская грубые ошибки.</p>	<p><u>Не умеет</u> употреблять и повторять способность создавать, редактировать базовую часть собственных и авторских медиатекстов, стимулирующих рост продаж или популяризирующих товары, компании, услуги, людей или идеи.</p>
	<p><u>Владеет</u> всеми практическими навыками и алгоритмами создания текстовых и аудиовизуальных копирайтинговых медиапродуктов для всех типов медиаресурсов, а также всеми методиками выбора темы и разработки сценариев будущих</p>	<p><u>Владеет</u> большинством из практических навыков и алгоритмов создания текстовых и аудиовизуальных копирайтинговых медиапродуктов для всех типов медиаресурсов, а также большей частью методик выбора темы и разработки сценариев будущих</p>	<p><u>Владеет</u> базовыми практическими навыками и алгоритмами создания текстовых и аудиовизуальных копирайтинговых медиапродуктов для всех типов медиаресурсов, а также базовыми методиками выбора темы и разработки сценариев будущих медиаматериалов в</p>	<p><u>Не владеет</u> базовыми практическими навыками и алгоритмами создания текстовых и аудиовизуальных копирайтинговых медиапродуктов для всех типов медиаресурсов, а также базовыми методиками выбора темы и разработки сценариев будущих медиаматериалов в</p>

	медиаматериалов в контексте копирайтинга и, не допуская неточностей, применяет их в практической деятельности.	медиаматериалов в контексте копирайтинга и, допуская незначительные неточности, применяет их в практической деятельности.	контексте копирайтинга и, допуская грубые ошибки, применяет их в учебной ситуации.	контексте копирайтинга.
--	--	---	--	-------------------------

3. Распределение оценок за формы текущего контроля и промежуточную аттестацию

Текущий контроль:

Первый семестр:

- письменная работа – 10 баллов;
- контрольная работа – 10 баллов;
- коллоквиум – 15 баллов;
- творческое задание –15 баллов.

Итого = 50 баллов.

Промежуточная аттестация – зачет.

Зачет состоит из ответов студентов на два вопроса в билете. На подготовку к ответам дается 20 минут. В случае невозможности установления среднего значения оценки за промежуточную аттестацию, итоговая оценка выставляется преподавателем, исходя из принципа справедливости и беспристрастности на основании общего впечатления о качестве и добросовестности освоения обучающимся дисциплины (модуля).

Итого = 50 баллов.

Общее количество баллов по дисциплине за текущий контроль и промежуточную аттестацию: 50+50=100 баллов.

Соответствие баллов и оценок:

Для зачета:

- 56-100 – зачтено;
- 0-55 – не зачтено.

4. Оценочные средства, порядок их применения и критерии оценивания

4.1. Оценочные средства текущего контроля

4.1.1. – Письменная работа

4.1.1.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Письменная работа выполняется студентом самостоятельно. После получения задания студент выбирает объект для изучения (Интернет-издание, сайты и другие виды медиа), далее составляется план работы, который можно обсудить с преподавателем. По результатам наблюдения и сравнения составляется отчет.

4.1.1.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

4.1.1.3. Содержание оценочного средства

Студенты выполняют письменную работу на следующие темы:

1. История копирайтинга.
2. Копирайтинг в России.
3. Функции копирайтинга в процессе продаж.
4. Предмет копирайтинга.
5. Участники коммуникации в копирайтинге.
6. Особенности целевых аудиторий.
7. Различные виды медиатекстов.
8. Цель рекламного текста.
9. Специфика рекламных текстов на разных носителях.
10. Специфика рекламы в СМИ.

4.1.2. – Контрольная работа

4.1.2.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Контрольная работа проводится в часы аудиторной работы. Обучающиеся получают задания для проверки усвоения пройденного материала. Работа выполняется в письменном виде и сдаётся преподавателю. Оцениваются владение материалом по теме работы, аналитические способности, владение методами, умения и навыки, необходимые для выполнения заданий.

4.1.2.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических

задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

4.1.2.3. Содержание оценочного средства

Довести до аудитории, что первоначально рекламные объявления носили чисто информационный характер (таблички на невольничьем рынке) и до широкого внедрения изобретения Гуттенберга (печатный станок) работы у средневековых копирайтеров было немного.

Все изменилось с ликвидацией в Европе монархий (главным образом, физически) и зарождением капитализма. Именно так своим расцветом профессия копирайтера обязана росту производительности труда, развитием производства и торговли, и, как следствие, обострением конкуренции.

Студентам дается задание описать стратегию рекламы, сформулировать идею рекламы, проиллюстрировать это на конкретных примерах.

1. Текстовые выражения специфики рекламных текстов в СМИ.
2. Цель рекламного текста.
3. Специфика рекламных текстов на разных носителях.
4. Специфика рекламы в СМИ.
5. Текстовые выражения специфики рекламных текстов в СМИ.
6. Копирайтинг как творчество.
7. Копирайтинг в СМИ.
8. Копирайтинг на телевидении.
9. Копирайтинг в Интернете.
10. Копирайтинг в рекламной индустрии.

4.1.3. – Коллоквиум

4.1.3.1. Порядок проведения и процедура оценивания

На занятии обучающиеся выступают с ответами, отвечают на вопросы преподавателя, обсуждают вопросы по изученному материалу. Оцениваются уровень подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.

4.1.3.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

4.1.3.3. Содержание оценочного средства

В качестве отправного тезиса для коллоквиума указать, что задача рекламщиков состоит в том, чтобы сообщить о своем товаре как можно большему количеству потенциальных клиентов. И продукт копирайтинга первоначально поселился на рекламных вывесках средневековых предпринимателей, затем проник в газеты, потом закрепился в глянцевых цветных журналах и теперь присутствует повсюду: печатная рекламная продукция, радиоэфир, телевидение и интернет-магазины: это неотъемлемая часть современного масс-медийного информационного пространства. Интернет кардинально изменил мир. Это ни у кого не вызывает сомнений. А с появлением безлимитного доступа в сеть также открылись новые возможности для копирайтеров.

При подготовке к коллоквиуму обратить внимание на следующие тематические направления.

1. История копирайтинга.
2. Копирайтинг в России.
3. Функции копирайтинга в процессе продаж.
4. Предмет копирайтинга.
5. Участники коммуникации в копирайтинге.
6. Особенности целевых аудиторий.
7. Различные виды медиатекстов.
8. Цель рекламного текста.
9. Специфика рекламных текстов на разных носителях.
10. Специфика рекламы в СМИ.
11. Текстовые выражения специфики рекламных текстов в СМИ.

Коллоквиум проводится в устной форме в виде дискуссии относительно задач и функций копирайтинга на современном этапе.

4.1.4. – Творческое задание

4.1.4.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Творческое задание выполняется студентом самостоятельно. Студентам необходимо разработать перспективный план развития интернет-издания (на выбор или созданного самостоятельно). После получения задания студент выбирает объект для изучения (Интернет-издание, конкретные журналисты, блогеры), далее составляется план работы, который можно обсудить с преподавателем. По результатам наблюдения и сравнения составляется отчет. После выполнения задания каждый обучающийся должен защитить свою работу (проект) перед аудиторией в форме выступления продолжительностью от десяти до пятнадцати минут и ответить на вопросы преподавателя и других обучающихся своей группы.

4.1.4.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

4.1.4.3. Содержание оценочного средства

Темы для творческого задания.

1. Идея рекламного текста.
2. Формы изложения рекламного сообщения.
3. Создание заголовка для рекламного текста.
4. Специфика основного текста рекламы.
5. Значение коды в рекламном тексте.
6. Значение слогана в рекламном тексте.
7. Виды рекламного текста в зависимости от задачи.
8. Печатная реклама. Форматы.
9. Радиореклама. Форматы.
10. Телевизионная реклама. Форматы.
11. Жизненный цикл продукта на рынке.

Творческое задание связано с моделированием работы небанковских кредитных организаций в сфере информационных услуг.

Критерии оценки выполненной каждым магистрантом творческого задания (в зависимости от стадий его подготовки):

- выбор актуальной и социально значимой темы – 2 балла (максимум);
- четкая постановка и выполнение цели мультимедийного проекта – 3 балла (максимум);
- соответствие мультимедийного проекта выбранной целевой аудитории – 2 балла (максимум);
- наличие четкого плана-синопсиса мультимедийного проекта – 3 балла (максимум);
- наличие четкого «монтажного листа» мультимедийного проекта – 3 балла (максимум);
- качество защиты мультимедийного проекта обучающимся, полнота его ответов на заданные вопросы – 2 балла (максимум).

Таким образом, максимальное количество баллов, которые магистрант может забрать за выполнение всего задания, максимум может составить пятнадцать. В случае некачественного или невнимательного выполнения обучающимися каждой из стадий задания количество баллов может быть уменьшено.

4.2. Оценочные средства промежуточной аттестации.

4.2.1. Ответы на вопросы зачетного билета

4.2.1.1. Порядок проведения.

Готовиться к зачету необходимо последовательно, с учетом контрольных вопросов, разработанных преподавателем кафедры, который ведет данную дисциплину. Сначала следует определить место каждого контрольного вопроса в соответствующем разделе темы учебной программы, а затем внимательно прочитать и осмыслить рекомендованные научные работы, соответствующие разделы рекомендованных учебников. При этом полезно делать хотя бы самые краткие выписки и заметки. Работу над темой можно считать завершенной, если вы сможете ответить на все контрольные вопросы и дать определение понятий по изучаемой теме. Для обеспечения полноты ответа на контрольные вопросы и лучшего запоминания теоретического материала рекомендуется составлять план ответа на контрольный вопрос. Это позволит сэкономить время для подготовки непосредственно перед зачетом за счет обращения не к литературе, а к своим записям. При подготовке необходимо выявлять наиболее сложные, дискуссионные вопросы с тем, чтобы обсудить их с преподавателем на обзорных лекциях и консультациях. Нельзя ограничивать подготовку к зачету простым повторением изученного материала. Необходимо углубить и расширить ранее приобретенные знания за счет новых идей и положений. Результат по сдаче зачета объявляется студентам, вносится в зачетную ведомость. Максимальное время, которое может быть предоставлено обучающемуся для подготовки конспектов ответов на вопросы билета, составляет не более двадцати минут.

4.2.1.2. Критерии оценивания.

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

- продемонстрировал значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.2.1.3. Оценочные средства.

Вопросы к зачету:

1. Основные задачи и обязанности копирайтера.
2. Виды копирайтинга.
3. Алгоритм написания рекламного текста.
4. Основные характеристики товара.
5. Основные характеристики потребителя.
6. Основные характеристики рынка.
7. Значение выгоды при составлении рекламного текста.
8. Стратегии рационального типа.
9. Стратегии эмоционального типа.
10. Идея рекламного текста.
11. Формы изложения рекламного сообщения.
12. Создание заголовка для рекламного текста.
13. Специфика основного текста рекламы.
14. Значение коды в рекламном тексте.
15. Значение слогана в рекламном тексте.
16. Виды рекламного текста в зависимости от задачи.
17. Печатная реклама. Форматы.
18. Радиореклама. Форматы.
19. Телевизионная реклама. Форматы.
20. Жизненный цикл продукта на рынке.

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.01.02 Копирайтинг*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Новые медиа

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2026

Основная литература:

1. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник / А.М. Пономарева. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2017. - 284 с. - DOI: <https://doi.org/10.12737/17067>. - ISBN 978-5-16-105904-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/910391> (дата обращения: 14.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : пособие / П. А. Кузнецов. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 131 с. - ISBN 978-5-394-04258-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232028> (дата обращения: 14.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
3. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / Шамина И.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 260 с.: ISBN 978-5-9729-0210-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989628> (дата обращения: 14.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
4. Смит К., Конверсия: как превратить лиды в продажи: практическое руководство / Смит К. - Москва: Альпина Паблишер, 2017. - 280 с. - ISBN 978-5-9614-5982-1 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961459821.html> (дата обращения: 14.01.2024). - Режим доступа : по подписке.
5. Назайкин Н.А., Эффективный рекламный текст в СМИ: монография / Назайкин Н.А. - Москва: Издательство Московского государственного университета, 2011. - 480 с. - ISBN 978-5-211-06202-3 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211062023.html> (дата обращения: 14.01.2024). - Режим доступа : по подписке.

Дополнительная литература:

1. Шпаковский В.О., Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - Москва: Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-0202-6 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902026.html> (дата обращения: 14.01.2024). - Режим доступа : по подписке.
2. Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 224 с. - (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1069342> (дата обращения: 14.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
3. Лазутина Г.В., Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное : монография / Под ред. Г.В. Лазутиной. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2019. - 176 с. - ISBN 978-5-7567-1014-4 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756710144.html> (дата обращения: 14.01.2024). - Режим доступа : по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.01.02 Копирайтинг*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Новые медиа

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2026

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.