

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 18.05.2026 15:45:35  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Б1.О.11 Основы редактирования и копирайтинг**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Реклама и связи с общественностью

в государственных и негосударственных организациях

(наименование образовательной программы)

очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2026  
Санкт-Петербург

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

К.филол.н., доцент кафедры  
журналистики и медиакоммуникаций

Чепкасов Е.В.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций,  
д.филол.н.

Ким М.Н.

Рабочая программа дисциплины Б1.О.11 «Основы редактирования и копирайтинг» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий СЗИУ.  
Протокол № 4 от 9 апреля 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Б1.О.11 «Основы редактирования и копирайтинг» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций\*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
	УК ОС-4.	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК ОС-4.2. УК ОС-4.3.	УК ОС-4.2. Модерирует сообщения и комментарии пользователей; обрабатывает информацию о новых товарах и услугах, другие материалы для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями; определяет необходимость редакторской и корректорской обработки текста  УК ОС-4.3. Работает с текстами различной тематики (рерайт и копирайтинг)	УК ОС-4.2. 3-1. Знает основные методы модерации обратной связи аудитории  УК ОС-4.2. 3-2. Знает инструменты поиска информации о товарах и услугах  УК ОС-4.2. У-1. Умеет обрабатывать и корректировать текст, обосновывая причину редактирования  УК ОС-4.3. 3-1. Знает основы работы с текстовыми материалами  УК ОС-4.3. 3-2. Знает грамматику, стилистику и фонетику  УК ОС-4.3. У-1. Умеет применять в практической деятельности основы создания и редактирования медиатекстов

	ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностям и иных знаковых систем	ОПК-1.1. ОПК-1.2.	<p>ОПК-1.1. Оценивает актуальность нового продукта, его художественную ценность и востребованность; перерабатывает тексты различной тематики (рерайт); осуществляет поисковую оптимизацию и адаптацию тестовых материалов</p> <p>ОПК-1.2. Создает и редактирует тексты на заданную тематику</p>	<p>ОПК-1.1 3-1. Знает основные понятия и методы стилистики</p> <p>ОПК-1.1. У-1. Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком</p> <p>ОПК-1.1. У-2. Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты</p> <p>ОПК-1.2. 3-1. Знает конъюнктуру медийного рынка (с позиций востребованности текстов)</p> <p>ОПК-1.2. 3-2. Знает корпоративные требования к текстам телерадиовещательных СМИ</p> <p>ОПК-1.2. 3-3. Знает принципы копирайтинга и рерайта</p> <p>ОПК-1.2. У-1. Умеет выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте (тексте)</p>
--	-------	--	----------------------	---	---

\* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

\*\* Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

## **2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Общая трудоемкость – 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

Контактная работа – 48 час., консультации – 2 часа

Лекции – 16 час.

Практические занятия – 32 час.

Самостоятельная работа – 130 час.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Дисциплина Б1.О.11 «Основы редактирования и копирайтинг» реализуется во 2-м и 3-м семестрах.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения такими профессиональными дисциплинами, как «Работа с текстами в рекламе в связях с общественностью и рекламе» (5 семестр), «Ораторское искусство и теория аргументации» (5-6 семестры).

Для успешного изучения дисциплины необходимы знания по следующим предметам общегуманитарной подготовки: «Русский язык и культура речи», «Стилистика» и «Великие книги».

Курс Б1.О.11 «Основы редактирования и копирайтинг» систематизирует знания в области лингвистики и филологии в целом и направлен на овладение навыками редакторской работы. Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
		ВСЕГО	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						Самостоятельная работа						
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)		СРкр	СРэк	СР				
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР				КЭ		Катт эк	К о н т р о л ь
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Семестр 2.															
Тема 1	Тексты копирайтеров как объект редактирования: работа над ошибками	52	4			8						40	устный опрос, дискуссия, практико-ориентированное задание		
Тема 2	Слоганы и текст печатной рекламы, их редактирование	56	4			8			4			40	устный опрос, практико-ориентированное задание		

Семестр 3.													
Тема 3	PR-тексты разных жанров. Пресс-релиз и его редактирование	32	4			8						20	устный опрос, практико-ориентированное задание
Тема 4	Текст аудиорекламы, литературный и режиссерский сценарии видеорекламы, их редактирование	76	4			8		2	9		18	35	устный опрос, практико-ориентированное задание
Промежуточная аттестация													Зачет, Экзамен
<b>Итого</b>		<b>216</b>	<b>16</b>			<b>32</b>		<b>2</b>	<b>13</b>		<b>18</b>	<b>135</b>	

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

\*Консультация входит в общий объем контактных часов дисциплины

## 3.2. Содержание дисциплины

### *Тема 1. Тексты копирайтеров как объект редактирования: работа над ошибками*

УК ОС-4.2.

Сущность термина «копирайтинг». Цели, задачи и объект копирайтинга. Виды рекламных и PR-текстов. Тексты в печатной рекламе, аудиорекламе, аудиовизуальной рекламе, интернет-рекламе. Тексты для устного выступления перед аудиторией. Особенности деятельности копирайтера (текстовика). Основные профессиональные и личностные требования к текстовику. Креативность и «креатинизм».

Виды редакторского чтения текста (ознакомительное чтение, углубленное (аналитическое) чтение, шлифовочное чтение). Виды и принципы правки текста (правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка).

Понятие о стилистике и стилистических ошибках. Основные типы речевых ошибок. Неправильное словоупотребление. Логические ошибки. Стилистические несоответствия. Смещение стилей. Неправильное употребление устойчивых выражений. Композиционные ошибки рекламных и PR-текстов. Проблемы нейминга.

### *Тема 2. Слоганы и текст печатной рекламы, их редактирование*

УК ОС-4.3, ОПК-1.2.

Слоганы и их виды. Слоган как боевой клич. Слоган как ключевой элемент рекламного обращения. Требования к слогану. УТП и привязка к имени бренда в слогане. Прием «облака ассоциаций». Краткость - сестра таланта. Понятие о «бритве Оккама». Запоминаемость слогана. Многозначность хорошая и дурная. Амфиболии-«вилки». Удачные и неудачные слоганы.

Стилистические ресурсы семантики лексических единиц. Использование однозначности и многозначности в стилистических целях. Языковая игра. Каламбур. Коннотативные компоненты смысла. Ассоциативные связи лексических единиц. Использование лексических категорий омонимии, синонимии, антонимии, паронимии как стилистических средств.

Носители и площадки для размещения печатной рекламы. Основные компоненты рекламного текста. Заголовок и подзаголовок, их функции и задачи. Заголовки прямого действия и косвенные заголовки. Лид-абзац. Основной рекламный текст. Информационный ОРТ. Логический ОРТ. Образный ОРТ. Смешанные тексты. Контактный абзац. Виды контактной информации. Уместность их использования. Эхо-фраза, ее роль в закреплении информации в памяти потребителя. Элементы композиции,

основные композиционные принципы и приемы в тексте. Оценка приемов композиции. Закон одного УТП для одного текста. Закон одного типа аргументации для одного текста.

### ***Тема 3. PR-тексты разных жанров. Пресс-релиз и его редактирование*** УК ОС-4.3, ОПК-1.1.

Жанр как композиционная форма. Стилистические и лингвистические особенности редактирования оперативно-новостных жанров (пресс-релиз, приглашение). Стилистические и лингвистические особенности редактирования исследовательско-новостных жанров (бэкграундер, лист вопросов-ответов). Стилистические и лингвистические особенности редактирования фактологических жанров (факт-лист, PR-биография). Стилистические и лингвистические особенности редактирования исследовательских жанров и медиатекстов (заявление для СМИ, имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори). Стилистические и лингвистические особенности редактирования образно-новостных жанров (байлайнер, письмо, поздравление). Пресс-релиз. Виды пресс-релизов. Анонс, информационный, новостной. Структура пресс-релиза. Ее отличие от структуры рекламного объявления. Стилистика пресс-релиза. Правила оформления пресс-релиза. Правила рассылки пресс-релиза. Типичные ошибки при написании пресс-релиза.

### ***Тема 4. Текст аудиорекламы, литературный и режиссерский сценарии видеорекламы, их редактирование*** ОПК-1.2.

Специфика рекламного текста для радио. Особенности восприятия радиоинформации. Сложности восприятия рекламной информации на слух. Жанровые разновидности радиорекламы: реплики, радиоафиша, анонс, радиоспот, рекламная песня и др. Виды радиороликов. Информационный, игровой, музыкальный. Текст радиообъявления. Особенности игровых радиоспотов. Прием неосведомленного встречного. Требование естественности диалога в игровом аудиоспоте. Джинглы: требования к музыке и поэтическим текстам. Типичные ошибки при написании текста аудиорекламы.

Специфика телевизионной рекламы. Оптимальная скорость и логичность подачи информации в телерекламе. Титры и их роль в видеоролике. Типы видеорекламы. Особенности транзитной видеорекламы, видеорекламы на уличных экранах, видеорекламы в интернете. Драматургия видеоролика. Композиционные особенности и жанры видеороликов. Литературный сценарий видеоролика. Грамотное описание происходящего на экране. Режиссерский сценарий видеоролика. Понятие о кадре и раскадровка.

Аудиоряд и видеоряд. План, вид, движение камеры, спецэффекты. Аниматик.  
Типичные ошибки при написании сценариев.

#### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

- устный опрос
- дискуссия
- практико-ориентированные задания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.11 «Основы редактирования и копирайтинг» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать несколько правильных ответов.</li> <li>4. Записать только номера (или буквы) выбранного</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)

		варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</li> <li>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</li> <li>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</li> <li>2. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> </ol>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> </ol>

		4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.
--	--	--	---

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

**5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам**

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам): устный опрос, доклад, практико-ориентированное задание

***Тема 1. Тексты копирайтеров как объект редактирования: работа над ошибками***

УК ОС-4.2.

***Вопросы для устного опроса***

1. Обозначьте цели, задачи и объект копирайтинга.
2. Как выглядят тексты в печатной рекламе, аудиорекламе, видеорекламе, интернет-рекламе? Какие ПР-тексты вы знаете?
3. Перечислите основные профессиональные и личностные требования к текстовику.
4. Назовите виды и принципы правки текста (правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка).
5. Перечислите основные типы речевых ошибок.

### ***Примерные темы дискуссий***

1. Креативность и «креатинизм»: в чем разница?
2. Нравственные ограничения в работе копирайтера.

### ***Практико-ориентированное задание***

#### **Задание 1. Речевые ошибки в рекламе.**

Найти 5 речевых ошибок в рекламных или PR-текстах. Тексты с уже найденными ошибками НЕ БРАТЬ! Требуется просто читать рекламные материалы или иные тексты, продвигающие или продающие что-либо, пока не наткнетесь на ошибку. Продуктивны паблики, группы, рекламные сайты и т.д. Ошибку нужно отклассифицировать (см. лекцию) и предложить правильный вариант.

### ***Тема 2. Слоганы и текст печатной рекламы, их редактирование***

УК ОС-4.3, ОПК-1.2.

#### ***Вопросы для устного опроса***

1. Каковы основные требования к слогану?
2. Как достичь запоминаемости слогана?
3. Какова структура рекламного объявления?
4. Чем отличаются заголовки прямого и косвенного действия?
5. Что такое УТП? Где оно содержится в рекламном объявлении?

### ***Практико-ориентированное задание***

#### **Задание 2. Слоганы.**

Создать 5 хороших слоганов под один объект рекламирования. Учитывать имя бренда, категорию товара или услуги, УТП; выстраивать с этим ассоциативные связи в тексте слогана; стремиться к краткости.

#### **Задание 3. Рекламное объявление.**

Создать рекламное объявление стандартной структуры под ваш проект.

Структура:

- Заголовок
- Лид с УТП
- Основной рекламный текст
- Контактный абзац
- Эхо-фраза.

### ***Тема 3. PR-тексты разных жанров. Пресс-релиз и его редактирование***

УК ОС-4.3, ОПК-1.1.

#### ***Вопросы для устного опроса***

1. Перечислите виды PR-текстов, известных вам.
2. Что такое пресс-релиз?
3. Какие виды пресс-релизов вы знаете? Чем они отличаются?

4. Обозначьте структуру пресс-релиза. В чем отличие от структуры рекламного объявления?

5. Каковы стилистика и правила оформления пресс-релиза?

### ***Практико-ориентированное задание***

#### **Задание 4. Пресс-релиз.**

Создать пресс-релиз под ваш проект. Это должен быть пресс-релиз-анонс, состоящий из: шапки (логотип организации, ее название и контакт), информационного заголовка, лида, отвечающего на вопросы: Что, где, когда, кто? основного текста, написанного в официально-деловом стиле, контактного абзаца.

### ***Тема 4. Текст аудиорекламы, литературный и режиссерский сценарии видеорекламы, их редактирование***

ОПК-1.2.

#### ***Вопросы для устного опроса***

1. В чем специфика рекламного текста для радио?
2. Какие виды радиороликов (аудиоспотов) вы знаете? В чем их особенности?
3. В чем специфика видеорекламы. Как она зависит от площадки?
4. Каковы композиционные особенности и жанры видеороликов.
5. Дайте понятие о литературном и режиссерском сценариях видеоролика.

### ***Практико-ориентированное задание***

#### **Задание 5. Аудиоспот.**

Создать аудиоспот игрового типа. Длительность - 30-60 секунд.

Прикрепить текстовый вариант аудиоспота с ремарками относительно тембра и эмоций, фоновых звуков, фоновой музыки.

Рекомендации:

Главное - естественность диалога.

Контактную информацию в конце аудиоспота должен озвучивать диктор, а не персонаж.

Начинать аудиоспот с цепляющего звука или вопроса.

#### **Задание 6. Видеореклама.**

В одном вордовском документе создать литературный и режиссерский сценарии.

Литературный сценарий создается в виде связного текста, который подробно описывает то, что будет происходить на экране. Он служит текстовой основой для режиссерского сценария.

Режиссерский сценарий делается в виде таблицы. Графы:

1. Порядковый номер кадра (кадр заканчивается, когда переключается камера).
2. Длительность в секундах.

3. Аудиоряд (все фоновые звуки, мелодии, диалоги).
4. Видеоряд (описание действий и обстановки).
5. Примечания (вид, план, движение камеры, факультативно спецэффекты). Вид: сверху, снизу, справа, слева, спереди, сзади. План: сверхкрупный (глаз), крупный (лицо), средний (по грудь или по пояс), общий (человек с головы до ног), дальний (много людей вдалеке); план может меняться, если происходит наезд или удаление. Движение камеры описываете, чаще камера статична. Спецэффект, если есть, называете если нет, то нет.
6. Рисунок (не обязательно).

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):  
приведены в п.6.2.

### 5.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС

Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета: 2 семестр

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,4	40
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета: 3 семестр

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается
--------------------------------	---	------------------------------------	--

	обучающийся		в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,4	40
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

**Семестр 2 (первая часть курса):**

**КТ-1**

**Тема 1**

Устный опрос

Практико-ориентированное задание (задание 1)

**КТ-2**

**Тема 2**

Устный опрос

Практико-ориентированное задание (задания 2, 3)

**Семестр 3 (вторая часть курса):**

**КТ-1**

**Тема 3**

Устный опрос

Практико-ориентированное задание (задание 4)

**КТ-2**

**Тема 4**

Устный опрос

Практико-ориентированное задание (задания 5, 6)

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

#### 1. Критерии оценивания опроса

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике,

	привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
65-84	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

## 2. Критерии оценивания практико-ориентированного задания

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
55-64	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

## 6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет, экзамен) проводится в устной форме. Зачет и экзамен проводятся с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам и выполнение практического задания.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и «МТС Линк».

Каждый студент на зачете и на экзамене проходит собеседование по вопросам и демонстрирует в формате медиапрезентации результаты выполнения семестровых практико-ориентированных заданий, которые позволяют проверить степень овладения умениями и навыками.

## 6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

### *Перечень вопросов для подготовки к зачету*

1. Сущность термина «копирайтинг».
2. Цели, задачи и объект копирайтинга.
3. Виды рекламных и PR-текстов.
4. Основные профессиональные и личностные требования к текстовику.
5. Креативность и «креатинизм».
6. Виды редакторского чтения текста
7. Виды и принципы правки текста
8. Основные типы речевых ошибок.
9. Композиционные ошибки рекламных и PR-текстов.
10. Слоганы и их виды.
11. Слоган как ключевой элемент рекламного обращения.
12. Требования к слогану.
13. УТП и привязка к имени бренда в слогане.
14. Прием «облака ассоциаций».
15. Понятие о «бритве Оккама».
16. Многозначность хорошая и дурная. Амфиболии-”вилки”.
17. Языковая игра.
18. Ассоциативные связи лексических единиц.
19. Носители и площадки для размещения печатной рекламы.
20. Основные компоненты рекламного текста.
21. Заголовок и подзаголовок, их функции и задачи.
22. Заголовки прямого действия и косвенные заголовки.
23. Лид-абзац.
24. Основной рекламный текст.
25. Контактный абзац.
26. Эхо-фраза.
27. Закон одного УТП для одного текста.
28. Закон одного типа аргументации для одного текста

### *Перечень вопросов для подготовки к экзамену*

1. Стилистические и лингвистические особенности редактирования оперативно-новостных жанров (пресс-релиз, приглашение).
2. Стилистические и лингвистические особенности редактирования исследовательско-новостных жанров
3. Стилистические и лингвистические особенности редактирования фактологических жанров
4. Стилистические и лингвистические особенности редактирования исследовательских жанров и медиатекстов

5. Стилистические и лингвистические особенности редактирования образно-новостных жанров
6. Пресс-релиз. Виды пресс-релизов.
7. Структура пресс-релиза. Ее отличие от структуры рекламного объявления.
8. Стилистика пресс-релиза.
9. Правила оформления пресс-релиза.
10. Правила рассылки пресс-релиза.
11. Типичные ошибки при написании пресс-релиза.
12. Специфика рекламного текста для радио.
13. Особенности восприятия радиосообщения.
14. Жанровые разновидности радиорекламы.
15. Виды радиороликов.
16. Текст радиосообщения.
17. Особенности игровых радиоспотов
18. Джинглы: требования к музыке и поэтическим текстам.
19. Типичные ошибки при написании текста аудиорекламы.
20. Специфика телевизионной рекламы.
21. Типы видеорекламы. Особенности транзитной видеорекламы, видеорекламы на уличных экранах, видеорекламы в интернете.
22. Драматургия видеоролика.
23. Композиционные особенности и жанры видеороликов.
24. Литературный сценарий видеоролика.
25. Режиссерский сценарий видеоролика.
26. Понятие о кадре и раскадровка.
27. Аудиоряд и видеоряд.
28. План, вид, движение камеры, спецэффекты.
29. Типичные ошибки при написании сценариев.

#### *Практическое задание на зачете*

Выступить с медиапрезентацией, включающей результаты выполнения трех заданий в рамках одного проекта:

Задание 1. Речевые ошибки в рекламе. Найти 5 речевых ошибок в рекламных или PR-текстах. Продуктивны паблики, группы, рекламные сайты и т.д. Ошибку нужно отклассифицировать и предложить правильный вариант.

Задание 2. Слоганы. Создать 5 хороших слоганов под один объект рекламирования. Учитывать имя бренда, категорию товара или услуги, УТП; выстраивать с этим ассоциативные связи в тексте слогана; стремиться к краткости.

Задание 3. Рекламное объявление. Создать рекламное объявление стандартной структуры под ваш проект. Структура: Заголовок, Лид с УТП, Основной рекламный текст, Контактный абзац, Эхо-фраза.

### Практическое задание на экзамене

Выступить с медиапрезентацией, включающей результаты выполнения трех заданий в рамках одного проекта:

**Задание 1. Пресс-релиз.** Создать пресс-релиз под ваш проект. Это должен быть пресс-релиз-анонс, состоящий из: шапки (логотип организации, ее название и контакт), информационного заголовка, лида, отвечающего на вопросы: Что, где, когда, кто? основного текста, написанного в официально-деловом стиле, контактного абзаца.

**Задание 2. Аудиоспот.** Создать аудиоспот игрового типа. Длительность - 30-60 секунд. Предоставить текстовый вариант аудиоспота с ремарками относительно тембра и эмоций, фоновых звуков, фоновой музыки. Главное - естественность диалога. Контактную информацию в конце аудиоспота должен озвучивать диктор, а не персонаж.

**Задание 3. Видеореклама.** Создать литературный и режиссерский сценарии. Литературный сценарий создается в виде связного текста, который подробно описывает то, что будет происходить на экране. Он служит текстовой основой для режиссерского сценария. Режиссерский сценарий делается в виде таблицы. Графы: Порядковый номер кадра, Длительность в секундах, Аудиоряд, Видеоряд, Примечания (вид, план, движение камеры, факультативно спецэффекты).

### Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ	
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	1. Копирайтинг в узком значении это: А) Авторское право на текст Б) Адаптация текстов В) Написание рекламных текстов Г) Написание речей для ораторов	
		2. Что включает в себя эхо-фраза? А) Заголовок Б) Контактная информация В) Слоган и имя бренда Г) Имя бренда	
Задание	1. Внимательно прочитать	<b>Лид-абзац</b>	<b>Характеристика</b>

закрытого типа на установление соответствия	<p>текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.;</p> <p>список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	1. Пресс-релиз	А. Содержит УТП
		2. Рекламное объявление	Б. Отвечает на вопросы: что, где, когда, кто?
		<b>Время выхода пресс-релиза</b>	<b>Категория пресс-релиза</b>
		1. До события	А. Новостной
	2. Во время события	Б. Анонс	
	3. После события	В. Информационный	
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	1. Лексическая избыточность включает в себя: <ul style="list-style-type: none"> <li>а) Неоправданный повтор</li> <li>б) Плеоназм</li> <li>в) Амфиболия</li> <li>г) Тавтология</li> </ul>	
		2. Виды редакторской правки: <ul style="list-style-type: none"> <li>а) правка-ознакомление</li> <li>б) правка-вычитка,</li> <li>в) правка-сокращение,</li> <li>г) правка-обработка,</li> <li>д) правка-переделка</li> </ul>	
Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	1. Последовательность элементов рекламного текста: <ul style="list-style-type: none"> <li>а) Заголовок</li> <li>б) Лид-абзац.</li> <li>в) Эхо-фраза</li> <li>г) ОРТ.</li> </ul>	
		2. Последовательность работы над видеороликом <ul style="list-style-type: none"> <li>а) Режиссерский сценарий</li> <li>б) Литературный сценарий</li> <li>в) Аниматик</li> <li>г) Съемка</li> </ul>	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты</p>	1. Креативность – это... <ul style="list-style-type: none"> <li>а) Творчество без границ</li> <li>б) Творчество в рамках ТЗ для самовыражения</li> <li>в) Творчество в рамках ТЗ для принесения прибыли заказчику</li> </ul>	

предложенных и обоснование м выбора	ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	2. «Креатинизм» – это... г) Творчество без границ д) Творчество в рамках ТЗ для самовыражения а) Творчество в рамках ТЗ для принесения прибыли заказчику
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	1. Перечислите виды ПР-текстов, известных вам.
		2. Раскройте особенности всех видов аудиоспоттов

### 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и	20-29

последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

*Не предусмотрено.*

## 7. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

### Практико-ориентированное задание

Выполнение задания обучающийся должен начать с ознакомления с планом задания, который отражает содержание предложенной темы задания. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. Задание необходимо выполнить с учетом предложенной методики выполнения (инструкции). Результат работы должен проявиться в способности защитить результат задания, свободно отвечая на вопросы в ходе коллективного обсуждения на занятии.

Форма контроля – личная защита презентации (программа Power Point). Содержание слайдов включает текст, изображения, в том числе Print Screen,

фото, диаграммы, таблицы и др.

Дискуссия является одной из форм самостоятельной работы студента. Студент может выбрать тему из предложенных преподавателем или в соответствии с собственным интересом. Тема дискуссии должна соответствовать теме семинарского занятия.

При проведении дискуссии студент должен свободно излагать материал, уметь привести примеры, владеть терминологией, отвечать на вопросы по содержанию, полностью раскрыть заявленную тему. Время проведения дискуссии варьируется от 15 до 20 минут.

Общие требования к оформлению презентации: Формат – ppt (pptx). Презентация не должна быть меньше 10 слайдов. Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, отчество автора.

Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные моменты презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. Последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

#### Подготовка к лекциям

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

#### Самостоятельная работа на лекции

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю

лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Тестирование. Проводится в период проведения экзамена (в качестве альтернативы устному экзамену, по результату набранного количества баллов в учебном семестре).

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

## 8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

### 8.1. Основная литература

1. *Борисова, Е. Г.* Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для вузов / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбух. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01410-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560128>

2. *Колесниченко, А.В.* Техника и технология СМИ. Подготовка текстов: учебник и практикум для вузов/ А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023.— 321 с.— (Высшее образование).— ISBN 978-5-534-14550-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512120>

3. *Трищенко, Д. А.* Копирайтинг : учебник для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 124 с. (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566429>

### 8.2. Дополнительная литература

1. *Бернадский С.А.* Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя [Электронный ресурс]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013 [[https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/sellingtexts/prodayushie\\_texti\\_read.pdf](https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/sellingtexts/prodayushie_texti_read.pdf)]
2. *Иванова К.А.* Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов [Электронный ресурс]. — СПб.: Питер, 2011. [<https://mybook.ru/author/kira-alekseevna-ivanova/kopirajting-sekrety-sostavleniya-reklamnyh-i-pr-te/>]
3. *Купина Н.А.* Основы стилистики и культуры речи [Электронный ресурс] / Н. А. Купина, Т.В. Матвеева. – М.: Флинта, 2019. [<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://ibooks.ru/reading.php?productid=341560>]
4. *Лыткина О.И., Селезнева Л.В., Скороходова Е.Ю.* Практическая стилистика русского языка [Электронный ресурс]. – М.: Флинта, 2023 (<http://idp.nwipa.ru:2228/product.php?productid=23331&cat=1>)
5. *Флоря А.В.* Русская стилистика [Электронный ресурс]. – М.: Флинта, 2013. [<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://ibooks.ru/reading.php?productid=338064>]

### 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) — URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

#### **8.4. Интернет-ресурсы**

##### *Интернет-ресурсы и Ссылки*

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

- <http://www.gramota.ru>
- <http://www.slovari.ru>

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapr.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

##### *Русскоязычные ресурсы*

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций* РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*

##### *Англоязычные ресурсы*

- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

## **9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).