

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Райхерт Татьяна Николаевна
Должность: Директор
Дата подписания: 02.09.2022 11:38:50
Уникальный программный идентификатор:
c914df807d771447164c08ee17f8e2f93dde816b

Министерство просвещения Российской Федерации
Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)
Федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

Факультет филологии и межкультурной коммуникации
Кафедра иностранных языков и русской филологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.07.07 «ОСНОВЫ КОПИРАЙТИНГА И РЕДАКТИРОВАНИЯ МЕДИАТЕКСТА»

Уровень высшего образования	Бакалавриат
Направление подготовки	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Профили подготовки	Русский язык, литература и дополнительное образование в сфере медиакоммуникаций
Форма обучения	Очная

Нижний Тагил
2022

Рабочая программа дисциплины «Основы копирайтинга и редактирования медиатекста». Нижний Тагил: Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал) ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2022. – 15 с.

Настоящая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС 3++) по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки).

Автор: кандидат филологических наук, Ю. А. Фомина
доцент кафедры ИЯРФ

Одобрена на заседании кафедры ИЯРФ. Протокол от 4 мая 2022 г. № 7.

Зав. кафедрой Л. Ю. Дондик

Рекомендована к печати методической комиссией факультета филологии и межкультурной коммуникации. Протокол от 5 мая 2022 г. № 4.

Председатель МК ФФМК Е. В. Южанинова

© Нижнетагильский государственный
социально-педагогический институт
(филиал) ФГАОУ ВО «Российский государственный
профессионально-педагогический университет, 2022.

© Фомина Юлия Алексеевна, 2022.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Результаты освоения дисциплины.....	4
4. Структура и содержание дисциплины.....	6
4.1. Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы.....	6
4.2. Учебно-тематический план.....	6
4.3. Содержание дисциплины.....	7
5. Образовательные технологии.....	8
6. Учебно-методические материалы.....	9
6.1. Организация самостоятельной работы студентов.....	9
6.2. Организация текущего контроля и промежуточной аттестации.....	11
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение.....	13
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	15

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Копирайтинг и редактирование медиатекста» направлена на создание представлений о креативном процессе работы с текстами, помогает сформировать и развить первичные навыки написания и редактирования различных видов текстовой продукции, а также знакомит с особенностями работы копирайтеров и редакторов.

Цель дисциплины – знакомство с деятельностью копирайтера и редактора, изучение особенностей работы по созданию и редакционной подготовке различных типов текстов (информационных, рекламных, имиджевых, презентационных).

Задачи:

- дать представление о сущности копирайтинга и редактирования, их месте и роли в современной массовой коммуникации;
- раскрыть особенности копирайтинга и редактирования как практики работы над созданием разных типов текстов;
- познакомить с основными формами и типами рекламных текстов (информационных, имиджевых, презентационных), изучить технологии, методы и приемы их составления;
- познакомить с основными методами и приемами работы по редактированию разных типов текстов;
- сформировать навыки критического анализа текстов современных масс-медиа;
- выработать базовые практические умения составления вербальной части рекламно-имиджевой коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Основы копирайтинга и редактирования медиатекста» является компонентом части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы подготовки бакалавра по направлению 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), профили «Русский язык, литература и дополнительное образование в сфере медиакommunikаций». Дисциплина реализуется на факультете филологии и межкультурной коммуникации кафедрой иностранных языков и русской филологии. Дисциплина входит в предметно-методический модуль «Русский язык» и относится к обязательной части.

При изучении дисциплины привлекаются знания и умения студентов, полученные при изучении курсов: «Русский язык и культура речи», «Практикум по русскому языку», «Современный медиатекст», «Речевое воздействие в публичной коммуникации», «Стилистика и филологический анализ текста».

Дисциплина «Основы копирайтинга и редактирования медиатекста» носит практический характер, нацелена на формирование практических навыков работы по написанию и редактированию различных типов текстов, является необходимым звеном в освоении дисциплин профильной подготовки, связанных с интерпретацией и созданием современных текстов.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ОПК-2. Способен участвовать в разработке	ОПК-2.1. Разрабатывает программы учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), программы дополнительного образования в

основных и дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий)	соответствии с нормативно-правовыми актами в сфере образования.
	ОПК-2.2. Проектирует индивидуальные образовательные маршруты освоения программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), программ дополнительного образования в соответствии с образовательными потребностями обучающихся.
	ОПК-2.3. Осуществляет отбор педагогических и других технологий, в том числе информационно-коммуникационных, используемых при разработке основных и дополнительных образовательных программ и их элементов.
ОПК-7. Способен взаимодействовать с участниками образовательных отношений в рамках реализации образовательных программ	ОПК-7.1. Взаимодействует с родителями (законными представителями) обучающихся с учетом требований нормативно-правовых актов в сфере образования и индивидуальной ситуации обучения, воспитания, развития обучающегося.
	ОПК-7.2. Взаимодействует со специалистами в рамках психолого-медико-педагогического консилиума.
	ОПК-7.3. Взаимодействует с представителями организаций образования, социальной и духовной сферы, СМИ, бизнес-сообществ и др.
ОПК-9. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-9.1. Выбирает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.
	ОПК-9.2. Демонстрирует способность использовать цифровые ресурсы для решения задач профессиональной деятельности.
ПК-1. Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач	ПК-1.1. Знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (преподаваемого предмета).
	ПК-1.2. Умеет осуществлять отбор учебного содержания для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО.
	ПК-1.3. Демонстрирует умение разрабатывать различные формы учебных занятий, применять методы, приемы и технологии обучения, в том числе информационные.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

- базовые теоретические понятия курса;
- особенности копирайтинга и редактирования как профессиональной деятельности;
- профессионально-этические правила и нормы работы копирайтера;
- цели, задачи и принципы организации работы над текстом;
- типологию и специфику современных жанров текстов рекламной коммуникации.

уметь:

- формулировать правильные цели и задачи при создании коммуникативного послания;
- сочетать креативную идею с маркетинговой задачей для создания эффективных текстов;
- создавать и редактировать тексты разных стилей и жанров, с использованием различных речевых стратегий в соответствии с коммуникативной задачей;
- вырабатывать и корректировать индивидуальный стиль написания текстов;
- использовать в практической деятельности мировой и отечественный опыт работы в области копирайтинга и редактирования.

владеть навыками:

- критического анализа композиционных, лексических, грамматических и стилистических особенностей текстов современных масс-медиа;
- составления и редактирования авторских текстов разных жанров с учетом выбранной коммуникативной стратегии;
- использования разнообразных стилистических приемов при составлении текстов.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Вид работы	Форма обучения
	очная
	8 семестр
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	108
Контактная работа , в том числе:	36
Лекции	12
Практические занятия	24
Самостоятельная работа , в том числе:	63
Изучение теоретического курса	20
Самоподготовка к текущему контролю знаний	34
Подготовка и защита методического проекта	-
Выполнение контрольной работы	-
Выполнение курсовой работы	-
Подготовка к зачету с оценкой в 8 семестре	9

4.2. Учебно-тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Контактная работа		Самост. работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции и	Практ. занятия		
5 курс, 10 семестр					
Раздел 1. Понятие копирайтинга. Значение, задачи и функции копирайтинга и в современной массовой коммуникации.	12	2		10	Опрос на практическом занятии Выполнение практических заданий
Раздел 2. Технологии копирайтинга. Основные правила и приемы написания текстов. Креативные технологии копирайтинга.	16	2	4	10	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий
Раздел 3. Технологии создания рекламных и презентационных текстов. Структура рекламного текста.	19	2	6	11	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и

Понятие нейминга. Влияние имени на структуру рекламного текста. Специфика составления различных видов рекламных и презентационных текстов.					творческих заданий, решение кейсов Подготовка сообщений с презентациями Деловая игра
Раздел 4. Использование выразительных средств языка в копирайтинге. Выразительные средства языка. Лингвистические техники и приемы написания эффективных текстов.	16	2	4	10	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий Подготовка сообщений с презентациями
Раздел 5. Технологии SEO-копирайтинга и рерайта. Понятие SEO-копирайтинга, его методы и приемы. Технологии рерайта. Уникальность текста.	14	2	2	10	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий
Раздел 6. Понятие редактирования, методы и приемы работы редактора. Значение, задачи и функции редактирования в современной массовой коммуникации. Методика редактирования.	22	2	8	12	
Подготовка к зачету	9			9	
Всего по дисциплине	108	12	24	72	

4.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие копирайтинга и редактирования.

Понятие копирайтинга. Возникновение и развитие копирайтинга как профессиональной деятельности. Профессиональные обязанности копирайтера.

Бриф и креативный бриф, методология разработки и заполнения брифа, структура и содержание брифа. Этапы выполнения технического задания.

Раздел 2. Технологии копирайтинга.

Изучение темы. Определение целевой аудитории. Выявление стереотипов восприятия целевой аудитории. Сбор информации. Работа с исходным материалом, определение первостепенной и второстепенной информации. Эффективные стратегии и тактики копирайтинга. Принцип перевернутой пирамиды. Работа над текстом.

«Творческий» конкурентный анализ. Творческие теории (теория Разрыва, теория RAM-проводника, теория «внутреннего драматизма»). Методы активизации поиска идей. Искусственный информационный повод.

Раздел 3. Технологии создания рекламных и презентационных текстов.

Структура рекламного текста: заголовок, подзаголовок, основной рекламный текст, слоган, эхо-фраза, адресный блок.

Виды аргументации в рекламных текстах. Рациональная и эмоциональная аргументация. Имажитивные тексты. Обращение к потребностям. Иррациональная аргументация. Контраргументация и опровержение.

Понятие креолизованного текста. Виды креолизованных текстов. Функции изображения в креолизованном тексте. Методика составления и анализа креолизованного текста.

Понятие нейминга. Технологии создания нейма.

Раздел 4. Использование выразительных средств языка в копирайтинге.

Фонетические средства оформления текста. Благозвучие, ритм и рифма, аллитерации.

Лексические и морфологические средства оформления текста. Специфика использования слов разных частей речи. Использование модальных операторов. Использование фразеологических оборотов. Прецедентные феномены как единицы языка. Уровни прецедентности. Виды прецедентных феноменов. Функции прецедентных единиц в текстах. Коммуникативные эффекты и коммуникативные неудачи, вызванные прецедентными феноменами.

Использование тропов (эпитет, метафора, сравнение, гипербола, олицетворение, метонимия, перифраз и др.).

Приемы языковой игры. Каламбур. Преднамеренные орфографические ошибки. Слова-матрешки. Неологизмы.

Синтаксические средства оформления текста. Прием парцеллирования. Сегментированные конструкции. Вопросно-ответные конструкции. Использование номинативных предложений. Прием повтора (анафора и эпифора). Синтаксический параллелизм. Риторическое обращение. Риторический вопрос. Использование прямой речи. Использование разговорных конструкций.

Раздел 5. Технологии SEO-копирайтинга и рерайта.

Понятие SEO-копирайтинга. Основные принципы и правила SEO-копирайтинга. Подбор и аналитика ключевых слов. Нормы частотности ключевых слов. Анализ конкурирующих ресурсов. Проверка текста на уникальность. Работа с тегами.

Понятие рерайта. Функции рерайтинга. Виды рерайтинга. Основные приемы и методы рерайтинга.

Раздел 6. Понятие редактирования, методы и приемы работы редактора.

Текст как объект редактирования. Понятие редактирования. Профессиональные обязанности редактора. Нормы редакторской этики. Виды редакторского чтения.

Методика редактирования. Знаки редакторской правки. Виды правки (правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка). Работа над фактическим материалом (принцип единообразия в написании имен, фамилий, дат, географических названий, терминов; цифры в тексте; обработка таблиц; цитаты в тексте). Работа с текстами, различными по способу изложения (повествование, описание, рассуждение). Логические основы редактирования. Редакторский анализ заголовков. Коммуникационные ошибки и их редактирование.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Процесс обучения по дисциплине «Основы копирайтинга и редактирования» строится с использованием как традиционного подхода, так и инновационных технологий.

В процессе лекционных занятий формируются основы теоретических знаний по дисциплине, а на практических занятиях ведется работа по закреплению практических умений и навыков. При этом соблюдаются два основных принципа:

1. Принцип осознания языковых явлений в период их усвоения, осознания способов их использования. Предполагает такое построение курса, при котором все языковые явления усваиваются студентами лишь после того, как они поняты. Названный принцип применяется либо после объяснений преподавателя, либо в результате контролируемого преподавателем самостоятельного изучения материала по учебникам и пособиям.

2. Принцип связи содержания с языковой формой требует, чтобы каждое языковое явление представлялось студентам одновременно и в формальном, и в семантическом плане, осваивалось в соотношении со смыслом.

Лекционные занятия должны стимулировать познавательную активность студентов, поэтому в ходе лекций целесообразно включение проблемных вопросов и ситуаций, обращение к практическому опыту создания и редактирования текстов различных стилей и жанров.

На этапе первичного овладения знаниями из неимитационных активных методов используются лекция-беседа, эвристическая беседа, самостоятельная работа с литературой, выполнение практических заданий, решение кейсов, деловые игры.

На втором этапе закрепления знаний и контроля используется самостоятельное выполнение практических / творческих заданий, которое способствует совершенствованию навыков работы по созданию и редактированию текстов различных жанров.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1. Организации самостоятельной работы студента

Самостоятельная работа студентов по освоению курса «Основы копирайтинга и редактирования» сводится к следующим основным видам:

- работа с учебной и научной литературой;
- подготовка к практическим занятиям;
- подбор дидактического материала;
- создание и редактирование текстов различных жанров;
- выполнение различного рода практических / творческих заданий;
- подготовка к экзамену.

Используемые виды самостоятельной работы позволяют выявить уровень не только теоретической подготовки студентов, но и их способность применять полученные знания на практике при выполнении критического анализа современных текстов, а также при их написании и редактировании.

Названия разделов	Всего часов	Ауд.	Сам. раб.	Содержание самостоятельной работы	Формы контроля СРС
Раздел 1. Понятие копирайтинга.	12	2	10	Чтение рекомендованной литературы. Поиск информации о профессиональных требованиях к копирайтеру. Разработка креативного брифа.	Устный опрос. Выступление на практическом занятии. Проверка выполненного задания.
Раздел 2. Технологии копирайтинга.	16	6	10	Чтение рекомендованной литературы. Изучение методик сегментирования целевой аудитории коммуникативного воздействия по социально-демографическим и психографическим параметрам. Сбор информации для	Устный опрос. Проверка выполненного задания. Выступление на практическом занятии.

				подготовки текстового материала. Подготовка сообщений о креативных технологиях копирайтинга.	
Раздел 3. Технологии создания рекламных и презентационных текстов.	19	8	11	Чтение рекомендованной литературы. Подготовка выборки текстов различных жанров с заголовками, построенными по разным технологиям. Подбор примеров текстов с рациональной и эмоциональной аргументацией. Подбор примеров креолизованных текстов и их анализ. Анализ наименований компаний, представленных на рынке Нижнего Тагила. Подготовка подборки изображений наружной рекламы Нижнего Тагила и проведение анализа ее текстовой составляющей. Подготовка креативных брифов на создание радио- и видеоролика.	Устный опрос. Проверка выполненных заданий на практическом занятии. Выступление на практическом занятии.
Раздел 4. Использование выразительных средств языка в копирайтинге.	16	6	10	Чтение рекомендованной литературы. Подбор примеров использования языковой игры в рекламных текстах. Подбор примеров употребления прецедентных единиц в текстах различных жанров. Выявление коммуникативных эффектов и коммуникативных неудач.	Устный опрос. Проверка выполненных заданий на практическом занятии. Выступление на практическом занятии.
Раздел 5. Технологии SEO-копирайтинга и рерайта.	14	4	10	Чтение рекомендованной литературы. Анализ интернет-текстов на соответствие требованиям SEO-копирайтинга. Создание текста с использованием приемов и методов рерайта.	Устный опрос. Проверка выполненного задания на практическом занятии.
Раздел 6. Понятие редактирования, методы и приемы работы редактора.	22	10	12	Чтение рекомендованной литературы. Анализ текстов различных жанров на предмет необходимости редакторской правки. Редактирование текстов с использованием различных методов и приемов работы	Устный опрос. Проверка выполненного задания на практическом занятии.

				редактора.	
Подготовка к зачету	9		9		
Всего	108	36	72		

6.2. Организация текущего контроля и промежуточной аттестации

Проверка усвоения знаний по дисциплине проводится в устной и письменной форме. Специальные задания, упражнения, анализ, написание и редактирование текстов выполняются студентами как на практических занятиях, так и самостоятельно во внеаудиторное время, что позволяет активизировать работу с учебной литературой и дополнительными источниками информации.

Целесообразно в качестве **входного контроля** использовать опрос, позволяющий выявить уровень представлений студентов о тексте и его роли в сфере массовых коммуникаций. Примеры вопросов входного контроля представлены в материалах фонда оценочных средств по дисциплине.

Формы **текущего контроля** могут быть разнообразны, в том числе могут быть использованы:

- устные или письменные опросы студентов (по темам «Структура рекламного текста», «Технологии создания нейма», «Выразительные средства языка»);
- заслушивание сообщений, докладов (по темам «Креативные технологии копирайтинга», «Специфика составления различных видов рекламных и презентационных текстов»);
- контрольные (тестовые) работы по отдельным темам дисциплины (по темам «Понятие копирайтинга», «Методика редактирования»);
- задания для оценки учебно-исследовательской активности студентов (по темам «Основные правила и приемы написания текстов», «SEO-копирайтинг»).

Промежуточная аттестация по данной дисциплине проводится в форме зачета с оценкой в 8 семестре.

Зачет проводится в устной форме (собеседование по вопросам и презентация заранее подготовленного портфолио). Итоговая оценка складывается из оценки устного ответа и практического задания.

В процессе проверки студент должен показать знание:

- особенностей копирайтинга и редактирования как профессиональной деятельности;
- целей, задач и принципов организации работы над текстом;
- типологии и специфики современных жанров текстов массовой коммуникации;
- языковых средств выразительности, способствующих созданию эффективного текста;
- методов и приемов работы по созданию и редактированию текстов различных стилей и жанров.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Понятие копирайтинга. Профессиональные обязанности копирайтера.
2. Понятие брифа. Структура и содержание креативного брифа.
3. Понятие целевой аудитории текста. Способы выявления стереотипов восприятия целевой аудитории.
4. Технологии копирайтинга. Принцип перевернутой пирамиды при создании текстов.
5. Креативные технологии копирайтинга. Методы активизации поиска идей.
6. Искусственный информационный повод: понятие, технологии создания и репрезентации.
7. Структура рекламного текста.
8. Виды аргументации в рекламных текстах. Рациональная и эмоциональная

аргументация.

9. Понятие креолизованного текста. Виды креолизованных текстов.
10. Методика составления и анализа креолизованных текстов.
11. Понятие нейминга. Технологии создания нейма.
12. Фонетические средства оформления текста.
13. Лексические и морфологические средства оформления текста.
14. Прецедентные феномены как единицы языка. Функции прецедентных единиц в текстах.
15. Выразительные средства языка и их использование в копирайтинге.
16. Приемы языковой игры и их использование в копирайтинге.
17. Синтаксические средства оформления текста.
18. Понятие SEO-копирайтинга. Основные принципы и правила SEO-копирайтинга.
19. Понятие рерайта, его функции, виды, приемы и методы.
20. Понятие уникальности текста. Проверка текста на уникальность.
21. Текст как объект редактирования. Понятие редактирования.
22. Профессиональные обязанности редактора. Нормы редакторской этики.
23. Виды редакторского чтения.
24. Виды редакторской правки.
25. Особенности работы редактора над фактическим материалом: принцип единообразия в написании имен, фамилий, дат, географических названий, терминов.
26. Особенности работы редактора над фактическим материалом: цифры в тексте, обработка таблиц, цитаты в тексте.
27. Особенности работы редактора с текстами, различными по способу изложения: повествование, описание, рассуждение.
28. Логические основы редактирования.
29. Требования к заголовку. Редакторский анализ заголовков.
30. Коммуникационные ошибки и их редактирование.

Критерии оценки устного ответа на зачете

«Отлично»

Дан полный, развернутый, аргументированный ответ на теоретический вопрос. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности. Студент демонстрирует умение наполнить ответ примерами. Речь правильная. Студент не затрудняется отвечать на дополнительные вопросы, показывает владение терминологией и навыками профессиональной аргументации.

«Хорошо»

Содержание билета раскрыто достаточно полно, однако в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие в целом содержание ответа. Материал изложен систематизированно и последовательно. Продемонстрировано достаточно глубокое знание программного материала. Студент отвечает на дополнительные вопросы, выстраивает ответ с помощью наводящих вопросов.

«Удовлетворительно»

Содержание вопроса раскрыто неполно или непоследовательно, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала. Продемонстрировано не достаточно глубокое знание программного материала. Нарушена последовательность изложения материала. Студент затрудняется с ответом на дополнительные вопросы.

«Неудовлетворительно»

Ответ на теоретический вопрос демонстрирует пробелы в знаниях основного учебно-программного материала. Содержание вопроса не раскрыто. Речь непоследовательна, несвязна. Студент не владеет терминологией, не может аргументировать свою точку зрения, привести примеры, ответить на дополнительные вопросы.

Задание для подготовки портфолио

Подготовить и презентовать личное портфолио копирайтера. Портфолио должно содержать не менее 10 текстов, выполненных в разных жанрах (каждый вариант задания предполагает возможность создания текстов в разных жанрах) и с использованием разных приемов:

1. Текст, построенный на рациональной аргументации.
2. Текст, построенный на эмоциональной аргументации.
3. Креолизованный рекламный текст.
4. Текст с использованием приемов языковой игры.
5. Текст с использованием прецедентных феноменов.
6. Текст для печатного СМИ.
7. Текст для наружной рекламы.
8. Сценарий радиоролика.
9. Сценарий видеоролика.
10. Текст с SEO-оптимизацией.

Критерии оценки портфолио

«Отлично»

Студент представил портфолио полностью или не менее чем на 90 % соответствующее предъявляемым требованиям. Тексты, включенные в портфолио, написаны грамотно, а также правильно оформлены. Студент хорошо ориентируется в профессиональной терминологии, может аргументировать выбор формы, структуры, а также тех или иных средств воздействия в созданных текстах.

«Хорошо»

Студент представил портфолио не менее чем на 70 % соответствующее предъявляемым требованиям. Тексты, представленные в портфолио, написаны в целом грамотно, оформлены правильно или с небольшими недочетами. Студент достаточно хорошо ориентируется в профессиональной терминологии, может аргументировать выбор формы, структуры, а также тех или иных средств воздействия в созданных текстах.

«Удовлетворительно»

Студент представил портфолио не менее чем на 50 % соответствующее предъявляемым требованиям. Тексты, представленные в портфолио, написаны и оформлены достаточно грамотно, но есть ошибки и недочеты. Студент затрудняется в использовании и понимании профессиональной терминологии, не всегда может аргументировать выбор формы, структуры, а также тех или иных средств воздействия в созданных текстах.

«Неудовлетворительно»

Студент не представил портфолио, либо представленное портфолио не соответствует предъявляемым требованиям более чем на 50 %. Тексты, представленные в портфолио, написаны не достаточно грамотно, есть неточности и ошибки в оформлении. Студент недостаточно хорошо ориентируется в профессиональной терминологии, не может аргументировать выбор формы, структуры, а также тех или иных средств воздействия в созданных текстах.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Основная литература

1. Былинский, К. И. Литературное редактирование: учебное пособие / К. И. Былинский, Д. Э. Розенталь. – 4-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2017. – 395 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/99998>.
2. Колесникова, О. И. Практикум по литературному редактированию: учебно-методическое пособие / О. И. Колесникова. – Киров: ВятГУ, 2020. – 76 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/164408>.
3. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. – 2-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 131 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/103778>.
4. Луговой, Д. Б. Копирайтинг: учебное пособие / Д. Б. Луговой. – Ставрополь: СКФУ, 2017. – 131 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/155566>.
5. Меркулова, И. А. Литературное редактирование как дисциплина профессиональной подготовки лингвиста: учебно-методическое пособие / И. А. Меркулова. – Москва: ФЛИНТА, 2021. – 176 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/181853>.

Дополнительная литература

1. Гордеева, Е. Ю. Литературное редактирование рекламного текста: учебное пособие / Е. Ю. Гордеева. – Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2016. – 17 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/152792>.
2. Жилина, А. В. Аксиологические основы выбора парадигмы копирайтинга / А. В. Жилина // Коммуникативные исследования. – 2021. – № 1. – С. 132–144 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/314935>.
3. Киуру, К. В. SEO-копирайтинг как технология создания текстов для спортивных клубов / К. В. Киуру. – Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 35 (326). – Филология. Искусствоведение. Вып. 85. – С. 64–68 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/journalArticle/97676>.
4. Кувшинов, Ф. В. Современный медиатекст: теория и практика: учебное пособие / Ф. В. Кувшинов. – Липецк: Липецкий ГПУ, 2021. – 91 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/193982>.
5. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 296 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/70573>.
6. Марусева, И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование): монография / И. В. Марусева. – Саратов: Вузовское образование, 2016. – 304 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>.
7. Руженцева, Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учебное пособие / Н. Б. Руженцева. – 2-е изд. стереотип. – Москва: Флинта, 2016. – 184 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/85944/>.
8. Сбитнева, А. А. Литературное редактирование: история, теория, практика: учебное пособие / А. А. Сбитнева. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2016. – 208 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/85947>.

Информационные сетевые ресурсы

1. Международный журнал «Медиа. Коммуникация. Информация». Режим доступа:

<https://mic.org.ru/>.

2. Международный научно-исследовательский журнал «Технологии рекламной журналистики». Режим доступа: <https://research-journal.org/social/tehnologii-reklamnoj-zhurnalistiki/>.

3. Редакторам.ру (портал об издательском деле и редактировании). Режим доступа: <http://www.redaktoram.ru/>.

4. Твой писатель (сайт о копирайтинге). Режим доступа: <https://yourwriter.ru/>.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Аудитории для лекционных и практических занятий.

2. Компьютер (ноутбук).

3. Экран и мультимедиапроектор / интерактивная доска / телевизор.

4. Презентации к лекциям и практическим занятиям.

5. Пакет офисных программ: Office Standard 2016 Russian OLP NL Academic Edition.