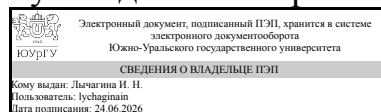


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель направления



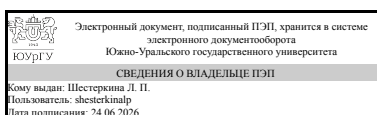
И. Н. Лычагина

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины** 1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью  
**для направления** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
**уровень** Бакалавриат  
**форма обучения** заочная  
**кафедра-разработчик** Журналистика, реклама и связи с общественностью

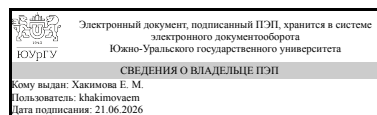
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,  
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,  
д.филол.н., доц., профессор



Е. М. Хакимова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса - научить студентов составлять эффективные устные и письменные рекламные и PR-тексты. Задачи: 1) рассмотреть теоретическую базу по проблемам копирайтинга с учетом жанровых разновидностей и каналов распространения рекламных и PR-текстов; 2) ознакомить студентов с принципами, условиями и приемами удачного нейминга; 3) изучить основные приемы создания слоганов; 4) дать представление об актуальных композиционных схемах рекламных и PR-текстов; 5) изучить кейсы, отражающие опыт отечественных и зарубежных копирайтеров.

## Краткое содержание дисциплины

Курс "Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью" посвящен текстовому сопровождению интегрированных маркетинговых коммуникаций, он изучается в течение одного семестра, форма контроля - экзамен.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                                                                                                                                      | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-3 ПКО-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта                                                      | Знает: Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций.<br>Умеет: Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов.<br>Имеет практический опыт: Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде.                                                                      |
| ПК-6 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа. | Знает: Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи.<br>Умеет: Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений.<br>Имеет практический опыт: Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности. |

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ                              |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 1.Ф.19 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ       | 1.Ф.13 Фото-, видео и аудиоблогинг,<br>1.Ф.15 Конвергенция в медиасреде, |

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина                                              | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.Ф.19 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ | <p>Знает: типовые проекты и методики организации кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методики использования результатов маркетинговых исследований для планирования проекта; основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью; систему, технологии и методы маркетинговых коммуникаций; основные понятия и этапы проведения маркетинговых исследований; методы и инструменты разработки и продвижения коммуникационного продукта.</p> <p>Умеет: реализовать типовые методики организации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты маркетинговых исследований для планирования проекта; готовить основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать систему сбора информации для маркетинговых исследований, анализировать информацию для принятия маркетинговых решений; проводить маркетинговые исследования; на базе результатов исследования выбирать эффективные технологии и инструменты для разработки и продвижения коммуникационного продукта. Имеет практический опыт: планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации; разработки календарных планов; самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью; написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов; организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; исследования внутренней и внешней среды компании; планирования и применения технологий для разработки и продвижения коммуникационного продукта.</p> |

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 16,5 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

| Вид учебной работы                                                                                                                                   | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------|
|                                                                                                                                                      |             | Номер семестра                     |
|                                                                                                                                                      |             | 6                                  |
| Общая трудоёмкость дисциплины                                                                                                                        | 108         | 108                                |
| <i>Аудиторные занятия:</i>                                                                                                                           | 8           | 8                                  |
| Лекции (Л)                                                                                                                                           | 0           | 0                                  |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)                                                                           | 8           | 8                                  |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                                                                                             | 0           | 0                                  |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i>                                                                                                                  | 91,5        | 91,5                               |
| Изучение материалов по теме "Копирайтинг как вид профессиональной деятельности" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях        | 20          | 20                                 |
| Изучение материалов по теме "Продвигающие тексты: содержание и форма" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях                  | 22,5        | 22.5                               |
| Изучение материалов по теме "Средства усиления выразительности рекламных и PR-текстов" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях | 21          | 21                                 |
| Подготовка к экзамену                                                                                                                                | 28          | 28                                 |
| Консультации и промежуточная аттестация                                                                                                              | 8,5         | 8,5                                |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                                                                                             | -           | экзамен                            |

## 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                                                               | Объем аудиторных занятий по видам в часах |   |    |    |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---|----|----|
|           |                                                                                                | Всего                                     | Л | ПЗ | ЛР |
| 1         | Копирайтинг в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью | 0                                         | 0 | 0  | 0  |
| 2         | Характеристики текстов массовой коммуникации                                                   | 0                                         | 0 | 0  | 0  |
| 3         | Русская лексика и грамматика в рекламе и PR-текстах                                            | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 4         | Нейминг в рекламной и PR-коммуникации                                                          | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 5         | Продвигающие тексты: содержание                                                                | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 6         | Продвигающие тексты: форма                                                                     | 2                                         | 0 | 2  | 0  |
| 7         | Эсфемия и дисфемия в медиакоммуникациях                                                        | 0                                         | 0 | 0  | 0  |
| 8         | Средства речевого воздействия в рекламных и PR-текстах                                         | 0                                         | 0 | 0  | 0  |

### 5.1. Лекции

Не предусмотрены

### 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол-во часов |
|-----------|-----------|---------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 3         | Русская лексика и грамматика в рекламе и PR-текстах                 | 2            |

|   |   |                                       |   |
|---|---|---------------------------------------|---|
| 2 | 4 | Нейминг в рекламной и PR-коммуникации | 2 |
| 3 | 5 | Содержание рекламных и PR-текстов     | 2 |
| 4 | 6 | Форма рекламных и PR-текстов          | 2 |

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |         |              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| Подвид СРС                                                                                                                                    | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Семестр | Кол-во часов |
| Изучение материалов по теме "Копирайтинг как вид профессиональной деятельности" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях | Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью: методические указания по проведению практических занятий / составитель Д.С. Скарнев. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 49 с. – <a href="http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276">http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276</a> (раздел «Сущность и становление копирайтинга»). 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]. <a href="https://urait.ru/book/kopirayting-566429">https://urait.ru/book/kopirayting-566429</a> (параграфы «Объект профессиональной деятельности копирайтера» и «Функциональные обязанности копирайтера») Юлии Волкова. Копирайтинг для начинающих. — <a href="https://rutube.ru/video/d2e24c904cd51685e221f7d8625dbc4d/">https://rutube.ru/video/d2e24c904cd51685e221f7d8625dbc4d/</a>                 | 6       | 20           |
| Изучение материалов по теме "Продвигающие тексты: содержание и форма" с дальнейшим обсуждением её аспектов на практических занятиях           | Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. – 304 с. (параграфы «Рекламный текст в новых медиа» и «PR-текст в новых медиа»). Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью: методические указания по проведению практических занятий / составитель Д.С. Скарнев. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 49 с. – <a href="http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276">http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276</a> (разделы «Рекламный текст в системе коммуникаций» и «PR-текст в системе маркетинговых коммуникаций»). Максим Ильяхов. Базовый курс Главреда: как писать хорошо. — <a href="https://rutube.ru/plst/220474/">https://rutube.ru/plst/220474/</a> | 6       | 22,5         |
| Изучение материалов по теме "Средства усиления выразительности рекламных и PR-текстов" с дальнейшим обсуждением её                            | Ваганова Е.В. Стилистика русского языка / Е. В. Ваганова. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ , 2015. - 48 с. Голуб И. Б. Стилистика русского языка : учеб. пособие для вузов по специальности "Журналистика" / И. Б. Голуб. - 11-е изд.. - М. : Айрис-пресс, 2010. - 441, [1] с. (параграф «Лексические образные средства»). Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью: методические указания по проведению практических занятий / составитель Д.С. Скарнев. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 49 с. –                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 6       | 21           |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |   |    |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----|
| аспектов на практических занятиях | <a href="http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276">http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276</a> (раздел «Рекламный образ в системе коммуникаций»).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |    |
| Подготовка к экзамену             | <p>Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью: методические указания по проведению практических занятий / составитель Д.С. Сснарев. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 49 с. – <a href="http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276">http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276</a></p> <p>Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. – 304 с. (параграфы «Рекламный текст в новых медиа» и «PR-текст в новых медиа»). Голуб И. Б. Стилистика русского языка : учеб. пособие для вузов по специальности "Журналистика" / И. Б. Голуб. - 11-е изд. - М. : Айрис-пресс, 2010. - 441, [1] с. (параграф «Лексические образные средства»). 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]. <a href="https://urait.ru/book/kopirayting-566429">https://urait.ru/book/kopirayting-566429</a></p> | 6 | 28 |

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| № КМ | Се-местр | Вид контроля     | Название контрольного мероприятия                                                              | Вес | Макс. балл | Порядок начисления баллов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Учитывается в ПА |
|------|----------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| 1    | 6        | Текущий контроль | Копирайтинг в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью | 1   | 10         | Контрольная работа включает в себя: 1) самопрезентацию "Автопортрет в цифрах"; 2) идентификацию и оценку качества рекламного и PR-текста. Максимум – 10 баллов<br>Задание 1 – 7 баллов (1 балл за каждое предложение).<br>Задание 2 – 3 балла (1 балл – пример рекламного текста; 1 балл – пример PR-текста; 1 балл – аргументированная оценка).<br>Контрольная работа засчитывается при условии её выполнения на 60% и более. | экзамен          |
| 2    | 6        | Текущий контроль | Системные связи русской лексики в                                                              | 1   | 10         | Контрольная работа включает в себя анализ предложений и подготовку                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | экзамен          |

|   |   |                  |                                                   |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |         |
|---|---|------------------|---------------------------------------------------|---|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|   |   |                  | современных рекламных и PR-коммуникациях          |   |    | <p>текста политической рекламы. Максимум – 10 баллов.</p> <p>Оценка анализа предложений (задания 1 и 2) – 7 баллов (0,5 за каждый правильный ответ).</p> <p>Оценка текста политической рекламы (задание 3):</p> <p>3 балла – информативность, эмоциональность, использование синонимов, антонимов, эвфемизмов / дисфемизмов;</p> <p>2 балла – информативность, эмоциональность, использование синонимов, либо антонимов, либо эвфемизмов / дисфемизмов;</p> <p>1 балл – работа выполнена, но без использования синонимов, антонимов, эвфемизмов / дисфемизмов;</p> <p>0 баллов – работа не выполнена.</p> <p>Контрольная работа засчитывается при условии её выполнения на 60% и более.</p>   |         |
| 3 | 6 | Текущий контроль | Нейминг в современных маркетинговых коммуникациях | 1 | 10 | <p>Контрольная работа включает в себя подготовку презентации с результатами анализа неймов.</p> <p>Максимум – 10 баллов (1 балл за каждый правильный пример с комментариями).</p> <p>Контрольная работа засчитывается при условии её выполнения на 60% и более.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | экзамен |
| 4 | 6 | Текущий контроль | Содержание продвигающих текстов                   | 1 | 10 | <p>Контрольная работа включает в себя анализ способов воздействия в современных рекламных текстах (задания 1 – 3) и подготовку рекламных сообщений с разными способами воздействия (задание 4).</p> <p>Максимум – 10 баллов.</p> <p>Задание 1 – 3 балла (1 балл – «ad rem», 1 балл – «ad hominem», 1 балл – «ad populum»).</p> <p>Задание 2 – 3 балла (по 1 баллу за правильную идентификацию каждого способа воздействия).</p> <p>Задание 3 – 1 балл (за правильную идентификацию способов воздействия).</p> <p>Задание 4 – 3 балла (1 балл – «ad rem», 1 балл – «ad hominem», 1 балл – «ad populum»).</p> <p>Контрольная работа засчитывается при условии её выполнения на 60% и более.</p> | экзамен |
| 5 | 6 | Текущий контроль | Форма продвигающих                                | 1 | 10 | Контрольная работа включает в себя 1) 6 вопросов, 2) анализ рекламного                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | экзамен |

|   |   |                  |                                                        |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |
|---|---|------------------|--------------------------------------------------------|---|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|   |   |                  | текстов                                                |   |    | <p>сообщения, 3) его редактирование. Максимум – 10 баллов:</p> <p>Задание 1 – 6 баллов (1 балл за каждый правильный ответ);</p> <p>Задание 2 – 2 балла (1 балл – правильный ответ, 1 балл – аргументация).</p> <p>Задание 3 – 2 балла (2 балла – логичность отредактированного текста, структурированность, креативность, отсутствие нарушений языкового стандарта; 1 балл – работа выполнена, но содержит логические, структурные, языковые ошибки; 0 баллов – работа не выполнена).</p> <p>Контрольная работа засчитывается при условии её выполнения на 60% и более.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |         |
| 6 | 6 | Текущий контроль | Средства усиления выразительности продвигающих текстов | 1 | 10 | <p>Контрольная работа включает в себя 4 вопроса и задания для подготовки рецензии и эссе. Максимум – 10 баллов.</p> <p>Оценка ответов на вопросы:<br/>4 балла – один балл за каждый правильный ответ.</p> <p>Оценка рецензии:<br/>3 балла – убедительная аргументация, указания на особенности киноязыка, логичность, структурированность, отсутствие фактических ошибок и нарушений языкового стандарта;<br/>2 балла – убедительная аргументация, отсутствие фактических ошибок, незначительные нарушения логики, структуры, языкового стандарта;<br/>1 балл – работа выполнена, но содержит логические, фактические, структурные, языковые ошибки;<br/>0 баллов – работа не выполнена.</p> <p>Оценка эссе:<br/>3 балла – убедительная аргументация, логичность, структурированность, отсутствие фактических ошибок и нарушений языкового стандарта;<br/>2 балла – убедительная аргументация, отсутствие фактических ошибок, незначительные нарушения логики, структуры, языкового стандарта;<br/>1 балл – работа выполнена, но</p> | экзамен |



|   |   |                          |         |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |         |
|---|---|--------------------------|---------|---|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|   |   |                          |         |   |    | <p>содержит логические, фактические, структурные, языковые ошибки;<br/>0 баллов – работа не выполнена.</p> <p>Контрольная работа засчитывается при условии её выполнения на 60% и более.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
| 7 | 6 | Промежуточная аттестация | Экзамен | - | 40 | <p>На экзамене происходит оценивание учебной деятельности студентов на основе оценок, полученных за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 % или желает улучшить результат.</p> <p>Экзамен проходит в форме письменного ответа на теоретический вопрос и решения кейса по проблематике курса.</p> <p>Ответ на теоретический вопрос: максимум - 20 баллов.</p> <p>Отлично: 18–20 баллов – полный ответ, содержащий убедительную аргументацию, корректно подобранные примеры, правильные ответы на дополнительные вопросы преподавателя.</p> <p>Хорошо: 15–17 баллов – полный, логически выстроенный, аргументированный ответ, содержащий незначительные недочеты и ошибки в изложении материала или в приведенных примерах.</p> <p>Удовлетворительно: 12–14 баллов – несистематизированный ответ, содержащий ошибки, неправильные примеры.</p> <p>Неудовлетворительно: 0–11 баллов – незнание теоретического материала, неспособность привести примеры.</p> <p>Кейс: максимум - 20 баллов.</p> <p>Отлично: 18–20 баллов – работа полностью соответствует указанным требованиям, для решения задачи предложено не менее 5 инструментов</p> | экзамен |

|  |  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
|--|--|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  |  | <p>в digital, решение креативно, реалистично и соответствует интересам целевой аудитории. Хорошо: 15–17 баллов – работа в целом соответствует указанным требованиям, для решения задачи предложено не менее 4 инструментов в digital, решение креативно, реалистично и соответствует интересам целевой аудитории. Удовлетворительно: 12–14 баллов – работа соответствует не всем указанным требованиям, для решения задачи предложено не менее 3 инструментов в digital, решение соответствует интересам целевой аудитории. Неудовлетворительно: 0–11 баллов – работа не соответствует указанным требованиям, для решения задачи предложено менее 3 инструментов в digital, решение не соответствует интересам целевой аудитории либо задание не выполнено.</p> |  |
|--|--|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| экзамен                      | <p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Экзамен проходит в форме письменного ответа на теоретический вопрос и решения кейса по проблематике курса. Процедура его проведения: в назначенное время студент является в указанную аудиторию; преподаватель выдает задание – вопрос по содержанию курса из размещенного на ресурсе «Электронный ЮУрГУ» списка и кейс; студент выполняет задания в течение 60 минут; преподаватель проверяет работу, указывает на допущенные ошибки, при необходимости задает дополнительные вопросы; по результатам собеседования в электронную ведомость ставится оценка.</p> | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                                      | № КМ |   |   |   |   |   |   |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|---|---|---|---|---|
|             |                                                                                                                          | 1    | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ПК-3        | Знает: Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций.                            | +    | + | + | + | + | + | + |
| ПК-3        | Умеет: Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов. | +    | + | + | + | + | + | + |
| ПК-3        | Имеет практический опыт: Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования      | +    | + | + | + | + | + | + |



1. Ваганова Е.В. Стилистика русского языка / Е. В. Ваганова. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ , 2015. - 48 с.

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

1. Ваганова Е.В. Стилистика русского языка / Е. В. Ваганова. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ , 2015. - 48 с.

### Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы            | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---|---------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Основная литература       | Электронный каталог ЮУрГУ                | Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью: методические указания по проведению практических занятий / составитель Д.С. Скарнев. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2014. – 49 с.<br><a href="http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276">http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&amp;key=000527276</a>                                                                                                                                                                                  |
| 2 | Основная литература       | Образовательная платформа Юрайт          | 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]. <a href="https://urait.ru/book/kopirayting-566429">https://urait.ru/book/kopirayting-566429</a>                                                                                                                                                                              |
| 3 | Дополнительная литература | Образовательная платформа Юрайт          | Голуб, И. Б. Русский язык и практическая стилистика. Справочник : учебно-справочное пособие для среднего профессионального образования / И. Б. Голуб. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 355 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10264-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. <a href="https://urait.ru/book/russkiy-yazyk-i-prakticheskaya-stilistika-spravochnik-565787">https://urait.ru/book/russkiy-yazyk-i-prakticheskaya-stilistika-spravochnik-565787</a> |
| 4 | Дополнительная литература | Образовательная платформа Юрайт          | Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. <a href="https://urait.ru/book/psihologiya-mediateksta-562468">https://urait.ru/book/psihologiya-mediateksta-562468</a>                                                                                                                      |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий     | № ауд. | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
|-----------------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Самостоятельная | 410    | Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с                                                                                   |

|                                 |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| работа студента                 | (1)        | выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета) – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имушество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей)Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.                                                     |
| Экзамен                         | 454<br>(1) | 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имушество: 1. Партa ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. |
| Практические занятия и семинары | 410<br>(1) | 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имушество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.                           |
| Лекции                          | 454<br>(1) | 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имушество: 1. Партa ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт. |