

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования\_  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 6 от 31.05.2023 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Основы копирайтинга

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.06 Основы копирайтинга относится к обязательной части образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1: Знает литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации УК-4.2: Имеет практический опыт составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, опыт перевода текстов с иностранного языка на родной.	УК-4.1: Знает правила орфографии и грамматики русского языка, стилистические разновидности современного русского языка, литературные нормы и пунктуационные правила современного русского языка. Умеет писать тексты рекламной направленности в соответствии с литературными нормами современного русского языка, редактировать, а также адаптировать стилистику текстов под маркетинговые задачи рекламного текста. Владеет навыками литературного редактирования, а также авторедактирования.  УК-4.2: Знает жанровую дифференциацию рекламных текстов, а также правила составления текстов для различных каналов коммуникации.  Умеет обрабатывать, систематизировать и анализировать полученную информацию; проверять эффективность и	Практическое задание Собеседование Тест	Зачёт: Контрольные вопросы Практическое задание

		<p>читаемость рекламного текста; выделять конкурентные свойства рекламируемого товара; создавать рекламный слоган, рекламный текст в различных жанровых формах.</p> <p>Владеет навыками написания рекламных текстов для различных целевых аудиторий и товарных категорий.</p>		
ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2: Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.2: Знает специфику размещения рекламных сообщений в различных средствах рекламы, своеобразие рекламных стратегий различных товарных категорий Умеет адаптировать рекламное сообщение в соответствии с фирменным стилем рекламной кампании Владеет навыками анализа целевой аудитории по различным критериям, цели рекламной кампании, рынка конкурентов и их рекламных кампаний	Практическое задание Собеседование Тест	Зачёт: Контрольные вопросы Практическое задание

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	<b>0</b>	<b>0</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>16</b>	<b>8</b>
- КСР	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>55</b>	<b>59</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>0</b> <b>зачёт</b>	<b>4</b> <b>зачёт</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе								
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы		
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего				
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	
Тема 1. Копирайтинг как вид профессиональной деятельности. Специфика работы копирайтера	6	5			2	1	2	1	4	4	
Тема 2. Понятия "реклама", "текст", "рекламный текст" и "рекламный дикурс"	10	9			2	1	2	1	8	8	
Тема 3. Формальные признаки рекламного текста	10	10			2	1	2	1	8	9	
Тема 4. Заголовок как важнейший компонент рекламного текста	10	9			2	1	2	1	8	8	
Тема 5. Основной рекламный текст. Язык рекламного текста	16	14			4	2	4	2	12	12	
Тема 6. Особенности рекламных текстов разных жанров	10	10			2	1	2	1	8	9	
Тема 7. Реклама в СМИ и Интернет	9	10			2	1	2	1	7	9	
Аттестация	0	4									
КСР	1	1						1	1		
Итого	72	72	0	0	16	8	17	9	55	59	

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Трищенко Д. А., Трищенко Е. Д. Копирайтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д.А. Трищенко, Е.Д. Трищенко. — Электрон. дан. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 124 с.

#### 5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

##### 5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

##### 5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-4

1. Найдите орфографические, пунктуационные и иные ошибки в рекламном тексте.

Берег Гриффона - первый глэмпинг в нижегородской области

Отдых на берегу горьковского водо-хранилища и живописного озера, шелест листьев, и шум прибрежных волн.

На границе трех областей Нижегородская, Ивановская Костромская. Перед вами гиганская "морская" гладь, по зади покой много летнего леса и все это с не обходимыми современному человеку удобствами.

Сосновый лес на берегу Волги и атмосфера настоящего места Силы.

2. Найдите речевые и стилистические ошибки в рекламных текстах. Отредактируйте их.

1. меховой салон «Золотое руно» предлагает каракулевые, мутоно-вые и детские шубы.
2. Кухни вашего вкуса.
3. Продается автомобиль ВАЗ в хорошем состоянии, выглядит хорошо.
4. Приобретая две и более покупки, вы становитесь участником розыгрыша призов.
5. Кадры решают все. Это высказывание старо, как мир, но остается уникальным до сих пор. Поговорим о профессиональной подготовке(реклама вуза).
6. Тушь от «Мейбеллин»: Эластичная формула удлиняет ресницы.
7. Клиника поздравляет всех с Рождеством. Рождественские скидки на аборты!
8. «Металлопторг». Все, что любит мужчина, сделано из металла.
9. Клиника Яковлева, Любите себя и свои зубы.
10. Великолепная коллекция портьер для престижных интерьеров.
11. Обогреватель «Терминатор». Больше не будет холода и унижений. Можешь спать спокойно, дорогой товарищ!
12. Масло «Анкор». Натуральный вкус из Новой Зеландии.

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ОПК-1**

1. Придумать слоган -- определение профессии копирайтера / сотрудника пресс-службы / учителя / дипломата (по выбору студента).
2. Придумать рекламный текст, нацеленный на продажу следующих товаров/услуг: (1) манная крупа; (2) кошки породы «сфинкс»; (3) Центр детского творчества «Весёлый Буратино»; (4) курсы марийского языка.
3. Подберите 5 разных печатных рекламных продуктов и определите тип аргументов в каждом из них. Назовите приемы усиления аргументации, если они есть.

*Тексты сдаются в файле вместе с заданием.*

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент успешно выполнил задание. Возможно несколько негрубых ошибок и(или) недочётов.
не зачтено	Студент не выполнил задание. Студент выполнил задание с грубыми ошибками.

#### **5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции УК-4**

## Типовые вопросы для собеседования

- Что такое слоган? Какие термины также используются или использовались в данном значении?
- Перечислите характеристики слогана.
- Назовите различные цели создания слогана.
- Перечислите известные вам классификации слоганов.
- Назовите языковые приемы создания слоганов.
- Охарактеризуйте процесс создания слогана.
- Каково воздействие слогана на потребителя на разных этапах рекламной коммуникации?
- Какие существуют типичные ошибки при создании слоганов?
- Каково содержание основного рекламного текста?
- По каким параметрам классифицируют ОРТ?
- Назовите и охарактеризуйте виды ОРТ по способу изложения информации.

### 5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Собеседование) для оценки сформированности компетенции ОПК-1

Подготовьте ответы на вопросы по следующим темам:

- Особенности радиорекламы.
- Жанры радиорекламы.
- Голос в радиорекламе: голос диктора и персонажей.
- Стилистические, композиционные и языковые особенности рекламного радиообъявления.
- Подготовка сценария радиорекламы.
- Особенности телерекламы.
- Жанры телерекламы.
- Стилистические, композиционные и языковые особенности телерекламы.
- Подготовка сценария телеролика.
- Пути рекламирования в Интернете
- Специфика создания текстовых рекламных материалов для размещения в Интернете.
- Языковые и стилистические особенности текстов интернет-рекламы

### Критерии оценивания (оценочное средство - Собеседование)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент уверенно отвечает на вопросы, демонстрирует владение материалом. Возможно несколько негрубых ошибок и(или) недочётов.
не зачтено	Студент отказывается отвечать на вопрос. Студент неуверенно отвечает на вопросы, допускает грубые ошибки.

### 5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-4

1. Что можно отнести к невербальным компонентам рекламного текста?

а) заголовок

- б) слоган
- в) эхо-фраза
- г) регистр и тембр голоса
- д) рекламный персонаж

2. Расшифруйте аббревиатуру "ОРТ" (применительно к курсу "Основы копирайтинга")

3. Коммуникативная задача заголовков данного типа -- привлечь внимание потребителя и добиться от него определенной активности, подтолкнуть потребителя к действию.

- а) заголовок-вопрос
- б) заголовок-утверждение
- в) заголовок-лозунг
- г) заголовок-призыв
- д) заголовок -- решение проблемы

4. По схеме "тезис -- аргумент -- вывод" строится ...

- а) ОРТ-описание
- б) ОРТ-рассуждение
- в) ОРТ-повествование
- г) ОРТ-интервью

5. Отметьте верное утверждение

- а) Заголовок-лозунг предполагает констатацию конкретного факта, обычно связан с утилитарными свойствами товара.
- б) Психологи считают, что использование прямого императива в заголовке может привлечь потребителя.
- в) Основная функция эхо-фразы -- сразу привлечь внимание потенциальных покупателей.
- г) Задача заголовка -- мотивировать прочитать весь рекламный текст.
- д) Заголовок, слоган и эхо-фраза -- это синонимичные термины.

6. Отметьте верные утверждения

- а) При создании рекламного текста рекламопроизводителю не обязательно знать об особенностях рекламируемого товара.
- б) При создании рекламного текста рекламопроизводителю следует учитывать наличие / отсутствие конкурентов.
- в) Для разных групп населения (целевой аудитории) обычно пишется один и тот же рекламный текст.
- г) При написании рекламного текста копирайтеру следует знать о потребностях целевой аудитории.
- д) При создании рекламных текстов следует широко использовать жаргонизмы и англицизмы, т.к. это привлекает молодёжь.

7. Короткая рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение, -- это ...

- а) эхо-фраза
- б) лид
- в) слоган
- г) заголовок
- д) ОРТ

8. Почему слоган "Всё к лучшему" нельзя считать удачным?

- а) В слогане есть грамматическая ошибка.
- б) Слоган может вызвать негативные ассоциации.
- в) Слоган очень короткий.
- г) Слоган не связан с именем, может быть использован при рекламе неопределенного количества товаров.

9. К какому типу относится слоган "Есть пауза, есть Kit Kat"?

- а) свободный
- б) связанный
- в) привязанный

10. Каким способом были образованы рекламные имена "Мюсличенье" (печенье из мюсли), "Можнотека" (ипотека)?

- а) аффиксация
- б) графодеривация



- в) контаминация
- г) плюрализация
- д) инициализация

### **5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ОПК-1**

1. Контекстная реклама -- это ...

а) тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием интернет-страницы.

б) реклама, опубликованная на страницах журнала.

в) реклама в бегущей строке на экране телевизора.

2. Рекламный текст -- это ...

а) коммуникативная единица, которая функционирует исключительно в СМИ.

б) коммуникативная единица, которая функционирует в сфере маркетинговых коммуникаций и предназначена для неличного оплаченного продвижения товара (услуги), идеи и социальной ценности.

в) текст, помещенный на упаковку товара.

3. Что из нижеперечисленного может рассматриваться как средство манипулирования?

а) использование антонимов

б) использование эвфемизмов

в) подмена понятий

г) использование деепричастных оборотов

д) искажение цитат

е) использование фразеологизмов

4. "К недостаткам данного вида рекламы можно отнести дороговизну, продолжительность процесса создания, невысокую степень избирательности целевой аудитории. Данная реклама нередко раздражает потенциальных покупателей, но вместе с тем считается одной из самых престижных".

О каком виде рекламы идёт речь?

а) Радиореклама

б) Печатная реклама

в) Флаеры

г) Директ-мейл

д) Телевизионная реклама

5. Отметьте верные утверждения:

а) Рекламные жанры близки к жанрам художественной литературы.

б) Рекламные жанры близки к жанрам публицистическим (журналистским).

в) Самым простым рекламным жанром является рекламное объявление.

г) Самым простым рекламным жанром является рекламная статья.

д) "Житейская история" предполагает, что рекламируемый товар используется самим производителем рекламы.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент дал более 60% правильных ответов.
не зачтено	Студент дал менее 59% правильных ответов

### 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

#### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений.	При решении стандартных задач не	Продемонстрированы основные	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все	Продемонстрированы все основные

	Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации

### 5.3.1 Типовые задания, выносимые на промежуточную аттестацию:

#### Оценочное средство - Контрольные вопросы

##### Зачёт

#### Критерии оценивания (Контрольные вопросы - Зачёт)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Может быть допущено несколько негрубых ошибок. Все компетенции сформированы на уровне не ниже "удовлетворительно".
не зачтено	Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. Уровень знаний ниже минимальных требований. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Хотя бы одна компетенция не сформирована.

#### Типовые задания (Контрольные вопросы - Зачёт) для оценки сформированности компетенции УК-4 (Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах))

1. Определение понятия «копирайтинг» и деятельности копирайтера.
2. Понятия «реклама», «текст» и «рекламный текст».
3. «Рекламный текст» и «рекламный дискурс».
4. Формальные признаки рекламного текста
5. Рекламные реквизиты как составляющие рекламного текста.
6. Рекламное имя: общая характеристика.
7. Способы создания рекламного имени.
8. Слоган: общая характеристика. Слоган и эхо-фраза.
9. Содержательная структура слогана.
10. Заголовок как обязательный компонент рекламного текста. Виды и типы заголовков, его функции. Основные рекомендации к написанию заголовка.
11. Основной рекламный текст: этапы написания текста. Классификация ОРТ. Рекомендации по написанию ОРТ.
12. Лексико-грамматические особенности рекламного текста.
13. Фонетико-графические способы создания выразительности рекламного текста. Каламбур.

14. Синтаксис рекламного текста. Тропы в рекламном тексте.

15. Жанры рекламных произведений.

16. Реклама в прессе: реклама в газетах и журналах, реклама на радио и телевидении. Реклама в сети Интернет.

**Типовые задания (Контрольные вопросы - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ОПК-1 (Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем)**

1. Определение понятия «копирайтинг» и деятельности копирайтера.

2. Понятия «реклама», «текст» и «рекламный текст».

3. «Рекламный текст» и «рекламный дискурс».

4. Формальные признаки рекламного текста

5. Рекламные реквизиты как составляющие рекламного текста.

6. Рекламное имя: общая характеристика.

7. Способы создания рекламного имени.

8. Слоган: общая характеристика. Слоган и эхо-фраза.

9. Содержательная структура слогана.

10. Заголовок как обязательный компонент рекламного текста. Виды и типы заголовков, его функции. Основные рекомендации к написанию заголовка.

11. Основной рекламный текст: этапы написания текста. Классификация ОРТ. Рекомендации по написанию ОРТ.

12. Лексико-грамматические особенности рекламного текста.

13. Фонетико-графические способы создания выразительности рекламного текста. Каламбур.

14. Синтаксис рекламного текста. Тропы в рекламном тексте.

15. Жанры рекламных произведений.

16. Реклама в прессе: реклама в газетах и журналах, реклама на радио и телевидении. Реклама в сети Интернет.

**Оценочное средство - Практическое задание**

**Зачёт**

**Критерии оценивания (Практическое задание - Зачёт)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Может быть допущено несколько негрубых ошибок. Все компетенции сформированы на уровне не ниже "удовлетворительно".
не зачтено	Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. Уровень знаний ниже минимальных требований. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Хотя бы одна компетенция не сформирована.

**Типовые задания (Практическое задание - Зачёт) для оценки сформированности компетенции УК-4** (Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах))

Оцените достоинства и недостатки предлагаемого рекламного текста :

*Наша компания много лет специализируется на производстве красивых шкафов и комодов. В отличие от мебельных фабрик, мы изготавливаем изделия только по индивидуальному заказу. Каждая модель неповторима. В ней сочетаются красота, утонченность, надежность и доступность для потребителей. Предлагаем вам ознакомиться с современными дизайнерскими решениями: утонченные линии оценят самые искушенные клиенты, строгие формы подойдут тем, для кого важна практичность, яркие цвета украсят детскую комнату. У нас вы забудете обо всем и сможете погрузиться в мир индивидуальности. Исполните свои самые сокровенные желания ( <https://stepankow.ru/tekst-reklamy/mebeli/>).*

**Типовые задания (Практическое задание - Зачёт) для оценки сформированности компетенции ОПК-1** (Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем)

Оцените достоинства и недостатки предлагаемого рекламного текста :

*Наша компания много лет специализируется на производстве красивых шкафов и комодов. В отличие от мебельных фабрик, мы изготавливаем изделия только по индивидуальному заказу. Каждая модель неповторима. В ней сочетаются красота, утонченность, надежность и доступность для потребителей. Предлагаем вам ознакомиться с современными дизайнерскими решениями: утонченные линии оценят самые искушенные клиенты, строгие формы подойдут тем, для кого важна практичность, яркие цвета украсят детскую комнату. У нас вы забудете обо всем и сможете погрузиться в мир индивидуальности. Исполните свои самые сокровенные желания ( <https://stepankow.ru/tekst-reklamy/mebeli/>).*

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Кольшклина Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие / Т. Б. Кольшклина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. - Москва : Юрайт, 2023. - 305 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-

534-14014-9. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=840515&idb=0>.

2. Аниськина Наталия Васильевна. Модели анализа рекламного текста : Учебное пособие / Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, Рыбинский ф-л. - Москва : Издательство "ФОРУМ", 2013. - 304 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-91134-675-1. - ISBN 978-5-16-006064-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=597287&idb=0>.

3. Селезнева Л. В. Написание рекламных текстов / Селезнева Л. В. - Москва : Юрайт, 2022. - 159 с. - (Профессиональное образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/497532> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-13318-9 : 459.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=786883&idb=0>.

4. Трищенко Д. А. Копирайтинг / Трищенко Д. А., Трищенко Е. Д. - Москва : Юрайт, 2022. - 124 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/488148> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-15275-3 : 329.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=787979&idb=0>.

#### Дополнительная литература:

1. Валладарес Джун. Ремесло копирайтинга = The Craft of Copywriting / пер. с англ. под ред. С. Жильцова. - М. [и др.] : Питер, 2005. - 272 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 0-7619-9424-6 : 151-00., 1 экз.

2. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2008. - 160 с. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 978-5-469-01108-8 : 77.00., 2 экз.

3. Шугерман Джозеф. Как создать крутой рекламный текст: принципы выдающегося американского копирайтера : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 438 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-9614-1904-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=740796&idb=0>.

4. Колокольцева Т. Н. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллективная монография / Колокольцева Т. Н. - 4-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2021. - 296 с. - Книга из коллекции ФЛИНТА - Языкознание и литературоведение. - ISBN 978-5-9765-1112-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=829713&idb=0>.

5. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / Шамина И.С., Ушакова А.С., Ткаченко Е.А., Даракчан Е.А., Бодрова А.П., Рублева Д.М., Разгулова С.А., Литвинов Е.А. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=656728&idb=0>.

6. Кузнецов Павел Александрович. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : Практическое пособие. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. - 131 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04258-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=741645&idb=0>.

#### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

<https://www.reklama-expo.ru/ru/ui/>

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

<https://orfo.ruslang.ru/>

[https://skillbox.ru/media/marketing/proofreading\\_resources/](https://skillbox.ru/media/marketing/proofreading_resources/)

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Жданова Елена Александровна, кандидат филологических наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 3.11.2022, протокол № 7.