

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и журналистики

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО

Президиумом Ученого совета
ННГУ
протокол № 6
"31 " мая 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Основы копирайтинга

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

«Реклама и связи с общественностью в системе государственного и
муниципального управления», «Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере».

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

Очная, заочная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижегород

2023 год

1. Место и цели дисциплины «Основы копирайтинга» в структуре ОПОП

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	Б1.О.31. Обязательная часть	Б1.О.06. «Основы копирайтинга» 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Относится к обязательному типу освоения на 4 году обучения в 7 и 8 семестрах.

Целями освоения дисциплины «Основы копирайтинга» являются: познакомить студентов с понятием копирайтинга, основными принципами текстовой деятельности в рекламе и связях с общественностью, основными приемами создания рекламных и PR-текстов, а также их жанровыми разновидностями.

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	
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.	Знает литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации; Умеет выражать свои мысли на государственном, родном и иностранном языке в ситуации деловой коммуникации; Владеет навыками деловой коммуникации на родном и иностранном языках.	<i>Творческое задание, вопросы к зачету</i>

	<p>УК-4.2. Имеет практический опыт составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках,</p> <p>опыт перевода текстов с инострannого языка на родной</p>	<p>Уметь применять приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, методику перевода текстов с иностранного языка на родной;</p> <p>Знать приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, технологии перевода текстов с иностранного языка на родной;</p> <p>Владеть практическим опытом составления текстов разной функциональной принадлежности и</p>	
--	---	--	--

	и.	разных жанров на государственном и родном языках, опытом перевода текстов с иностранного языка на родной	
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-1.1. (общий по УГСН) Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Уметь выявлять в практической деятельности отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; Знать отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; Владеть навыками применения в профессиональной деятельности знаний об отличительных особенностях медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	<i>Творческое задание, вопросы к зачету</i>

	<p>ОПК-1.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью")</p> <p>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</p>	<p>Уметь создавать тексты 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;</p> <p>Знать нормы литературного языка и основы культуры речи, нормы письменной речи и законы ее функционирования на высоком уровне; жанры и нормы иностранного языков, особенности иных знаковых систем; основные понятия стилистики; основы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Владеть практическим опытом создавать тексты 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</p>	
--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	180	
в том числе		
аудиторные занятия (контактная		

работа): - занятия лекционного типа - занятия практического типа	- 16/24 16/24	-
самостоятельная работа	61	
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	Зачет и экзамен	

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)			В том числе														
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы												Самостоятельная работа обучающегося часы		
				из них														
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Консультации	Всего	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
Тема 1. Понятие рекламы. Рекламная коммуникация. Виды и средства рекламы	17		5		5										7			
Тема 2. Психология восприятия рекламы и приемы речевого воздействия	17		5		5										7			
Тема 3. Рекламный текст. Основные вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы	17		5		5										7			
Тема 4. Язык изобразительной рекламы и его специфика. Дизайн рекламы	17		5		5										7			
Тема 5. Стил ь и	17		5		5										7			

жанры современной рекламы																			
Тема 6. Фонетика, лексика, синтаксис рекламного текста	17		5		5											5			
Тема 7. Реклама и языковая игра	15		5		5											5			
Тема 8. Литературное редактирование рекламного текста	16		5		5											6			
Итого	180 (36 экз)		40		40											61			

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий практического типа.

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета и экзамена.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических вопросов, связанных с жанровой и стилистико-языковой спецификой современных рекламных текстов, формирование навыков создания рекламных текстов и их литературного редактирования. Такой подход мотивирует студентов к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей профессиональной деятельности.

Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Изучение понятийного аппарата дисциплины

Вся система индивидуальной самостоятельной работы должна быть подчинена усвоению понятийного аппарата, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии. Лучшему усвоению и пониманию дисциплины помогут различные энциклопедии, словари, справочники и другие материалы, указанные в списке литературы.

Изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Работа над основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и статьям. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников.

Самоподготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что данная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми дисциплинами.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;
- 6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных положений, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

Самостоятельная работа студента при подготовке к зачету и экзамену.

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных специалистов.

Бесспорным фактором успешного завершения очередного модуля является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего периода изучения дисциплины (семестра). В этом случае подготовка к зачету будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) подготовки рефератов по отдельным темам, наиболее заинтересовавшие студента;
- в) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- г) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям,

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к зачету, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к лекционному материалу, материалам практических занятий, уточнить

терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Обязательна строгая фиксация использованных ресурсов для включения в формируемый индивидуальный архив источников.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
<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 незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

	навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	Имели место грубые ошибки.	задач с некоторыми недочетами	некоторыми недочетами	ошибок и недочетов.	недочетов.	
--	--	----------------------------	-------------------------------	-----------------------	---------------------	------------	--

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

6.2.1 Контрольные вопросы

<i>Вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
1. Определение рекламы. Массово-информационная природа рекламы.	УК-4
2. Задачи рекламы и особенности рекламных текстов (обычная предлагающая, поощряющая, имиджевая реклама).	ОПК-1
3. Задачи рекламы и особенности рекламных текстов (сравнительная, прививочная, опровергающая, трансформирующая реклама).	ОПК-1
4. Понятие модульной рекламы. Традиционная, редакционная, купонная реклама.	УК-4
5. Специфика многостраничной рекламы. Строчная реклама.	УК-4
6. Реклама на телевидении.	ОПК-1
7. Реклама на радио.	ОПК-1
8. Специфика наружной рекламы.	ОПК-1
9. Рекламоносители и особенности функционирования рекламных текстов (реклама по почте).	ОПК-1
10. Реклама в сети Интернет. Особенности построения рекламных тестов.	ОПК-1
11. Основная идея рекламного текста и формула AIDCA.	ОПК-1
12. Структура рекламного текста. Заголовок и его типы.	ОПК-1
13. Структура рекламного текста. Функции основного текста. Кода.	ОПК-1

14. Основные задачи слогана. Маркетинговая нагрузка слогана.	ОПК-1
15. Художественная ценность слогана. Художественные приемы, используемые при создании слоганов.	ОПК-1
16. Понятие фирменного стиля. Основные элементы фирменного стиля.	УК-4
17. Литературное редактирование рекламного и PR-текстов. Редактирование и его задачи. Виды редакторского чтения.	ОПК-1
18. Виды редакторской правки.	ОПК-1
19. Редактирование модульных текстов.	ОПК-1
20. Композиция пресс-релиза и принципы литературного редактирования.	ОПК-1

6.2.2. Типовые задания для оценки сформированности компетенций УК-4, ОПК-1

Типовое задание по разделу 1. Понятие рекламы. Рекламная коммуникация Виды и средства рекламы.

Устное сообщение на тему «Задачи и функции рекламы».

Типовое задание по разделу 2. Психология восприятия рекламы и приемы речевого воздействия.

Письменная работа на тему «Суггестивные психотехнологии в рекламе».

Типовое задание по разделу 3. Рекламный текст. Основные вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы.

Творческое задание: Выберите 2 рекламных текста: один эффективный с точки зрения копирайтинга, другой неэффективный. Проанализируйте их, используя следующие вопросы:

1. Определите задачу, выполняемую рекламным текстом (обычная предлагающая реклама, имиджевая, трансформирующая и т.д.).
2. Определите разновидность рекламного текста (традиционное, редакционное, купонное объявление и др.).
3. Охарактеризуйте использованные при создании рекламного текста стилевые принципы (краткость, оригинальность, выразительность) и стилевые приемы (прием контраста, прием доброго слова, прием эффективных связок и др.).
4. Охарактеризуйте структуру рекламного текста:
 - выделите заголовок и определите его вид,
 - найдите ОРТ (основной рекламный текст): вводный абзац, внутренние абзацы, заключение,
 - определите эффективность коды,
 - опишите художественную и маркетинговую ценность слогана.

Типовое задание по разделу 4. Язык изобразительной рекламы и его специфика. Дизайн рекламы.

Творческое задание «Подберите иллюстрации к текстам, проанализированным в разделе 4».

Типовое задание по разделу 5. Стил и жанры современной рекламы.

Творческое задание на тему «Создание модульного текста с использованием основных стиливых приемов и принципов построения рекламного текста».

Типовое задание по разделу 6. Фонетика, лексика, синтаксис рекламного текста. Творческое задание «Подберите рекламные слоганы (не менее 10), в которых используются слова-матрешки или каламбуры».

Типовое задание по разделу 7. Реклама и языковая игра.

Творческое задание в группах на тему «Создание слоганов (не менее 5-6) рекламной компании с использованием приемов языковой игры» (каждая команда получает свое реальное или придуманное имя бренда)

Типовое задание по разделу 8. Литературное редактирование рекламного текста.

Деловая игра.

Описание обучающей коммуникативной игры «Копирайтер»

Цель игры – формирование у студентов навыков работы в команде, формирование учебного и научного сотрудничества и партнерства, развитие коммуникативных навыков, закрепление знаний, полученных в ходе освоения всего курса (игра проводится на последнем занятии).

Структура игры.

Игра проводится в 3 этапа:

1. разработка и презентация легенды
2. разработка командами рекламного текста
3. презентация рекламных текстов, обмен команд текстами, экспертная оценка текста команды-соперника, обсуждение результатов, подведение итогов.

Роли и задачи участников.

Учебная группа делится на 2 подгруппы, каждой из которых отводится роль команды копирайтеров рекламного агентства. Задачи магистрантов: за отведенное время придумать легенду своей команды, написать и подготовить презентацию рекламного текста с заранее определенной структурой, темой и рекламоносителем. Несколько оставшихся студентов и преподаватель составляют экспертную комиссию.

В легенде участники игры должны указать название рекламного агентства, год его создания, основные направления его деятельности, роли участников, корпоративный девиз.

Оценка действий участников игры:

Поощрительные баллы

1. оценка рекламного текста:
 - по 1 баллу за соблюдение структуры рекламного текста и за каждое использование речевой тактики,
 - по 2 балла за информативность текста и за наличие оригинального слогана,
 - по 3 балла за оригинальность идеи и за проявление навыков работы в команде.
2. оценка обсуждения текста команды-соперника:
 - 1 балл за каждое использование профессионального термина,
 - 2 балла за каждое использование речевой тактики,
 - 3 балла за грамотное обоснование своей позиции.

Штрафные баллы

1. баллы вычитаются при оценивании рекламного текста:
 - 1 балл за каждую грамматическую ошибку,
 - 2 балла за каждую речевую ошибку,
 - 3 балла за несоответствие рекламного текста и средства его распространения.
2. баллы вычитаются при оценивании обсуждения:
 - 1 балл за каждую речевую ошибку или несоблюдение речевого этикета,
 - 2 балла за каждое неубедительное высказывание или неправильное использование профессионального термина,
 - 3 балла за каждый некорректный вопрос или реплику.

После обсуждения представленных материалов студенты получают задание отредактировать рекламные тексты с учетом всех замечаний и представить в экспертную комиссию окончательный вариант. Экспертная комиссия подводит итоги игры с указанием степени активности каждого студента, а также объявляет команду-победительницу, набравшую наибольшее количество баллов.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература:

1. Аниськина Н.В., Колышкина Т.Б. Модели анализа рекламного текста. Москва, 2013. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=326841>
2. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования. М., 2014. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707328.html>.
3. Кузнецов П.А. Копирайтинг& спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. М., 2015. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046> (2015)
4. Мирошниченко А. Как написать пресс-релиз. М., 2010. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785804104284.html>
3. Реклама: язык, речь, общение: Учебное пособие/ Под ред. О.Я.Гойхмана, В.М.Лейчика, М., 2008. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=143881>
4. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов. Пенза, 2010. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976509108.html> (2010)

7.2. Дополнительная литература:

1. Гордеева Е.Ю. Вербальные и визуальные компоненты дореволюционной библиографической рекламы // Вестник ННГУ. Н. Новгород, 2016. № 3..С. 210-214. http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/19931778_2016_-_3_unicode/31.pdf
2. Гордеева Е.Ю. Особенности библиографических рекламных обращений в отечественных библиографических журналах рубежа XIX-XX вв. // Вестник ННГУ. Н. Новгород, 2011. № 6. Часть 2.С. 125-129. http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/99999999_West_2011_6/27.pdf
3. Гордеева Е.Ю. Особенности языка и стиля книжной рекламы в отечественных библиографических журналах// Вестник ННГУ. Н. Новгород, 2015. № 2. Часть 2.С. 361-365. http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/19931778_2015_-_2-2_unicode/10_.pdf.
4. Гордеева Е.Ю. Технологии составления вербальных носителей PR-информации в вузовской подготовке PR-специалиста (из опыта преподавания на филологическом факультете ННГУ)// Стратегии PR-образования в современной России: проблемы и тенденции развития. Материалы научно-практической конференции. Н.Новгород, 2010. С.23-31. www.fil.unn.ru/files/2014/01/СБОРНИК-PR_ННГУ_2010.doc
5. Данилина В.В., Луканина М.В., Минаева Л.В., Салиева Л.К. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика. М., 2008.
6. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. СПб., 2006.
7. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. М., 2009.
8. Ксензенко О.А. Прагматические особенности рекламных текстов// Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов. М., 2008. С. 611-623.
9. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. М., 2007.
10. Олышанский Д.В. Политический PR. СПб., 2003.
11. Слободянюк Э.П. Настольная книга копирайтера. М., 2008.
12. Сметанина С.И. Литературное редактирование для журналистов и специалистов по связям с общественностью. СПб., 2003.
13. Фещенко Л.Г. Структура рекламного текста: Учебно-практическое пособие. СПб., 2003.
14. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учебное пособие. М., 2008.

15. Шатин Ю.В. Построение рекламного текста. М., 2003.
16. Швецов И.В., Вегенер Ю.С. Игра в рекламе: учебное пособие для студентов вузов. М., 2009.

7.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Блог Дениса Каплунова. Копирайтинг от А до Я. <http://www.blog-kaplunoff.ru/>
2. Блог, посвященный копирайтингу <http://www.10copy.ru/>
3. <http://russ.ru/pole/Spichrajtery>
4. <http://www.kariera.orc.ru/>
5. <http://www.president.kremlin.ru/>
6. <http://www.pr-professional.ru/>
7. <http://www.incampus.ru>
8. Кара-Мурза Е.С. Русский язык в рекламе//Справочно-информационный портал «Русский язык». <http://www.gramota.ru>.
9. Репьев А.П. Язык рекламы. <http://www.repiev.ru/articles.htm>

Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины:

№	Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность
Информационно-справочные системы			
11	Центр справки и обучения по MSOffice	https://support.microsoft.com/ru-ru/office	В открытом доступе
22	КонсультантПлюс система онлайн-обучения	http://www.consultant.ru/edu/center/training/economy/?quiz_no	Свободный доступ
33	Справочная правовая система Гарант	http://ivo.garant.ru/#/startpage:0	бесплатная версия
Электронно-библиотечные системы			
1	Научная электронная библиотека	http://elibrary.ru/defaultx.asp	Открытый доступ
2	ЭБС «Лань»	https://e.lanbook.com	По подписке
	ЭБС «Юрайт»	https://urait.ru	По подписке
Профессиональные базы данных			
	Сайт об электронном документообороте[электронный ресурс]	URL: http://dokumentooborot.com	Свободный доступ
	Онлайн-сервис «Готов к цифре» (набор образовательных курсов и тестов по формированию цифровых компетенций)	https://готовкцифре.рф/	Свободный доступ
	Официальный сайт компании «Microsoft»	www.microsoft.com	Открытый доступ

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: персональными компьютерами, подключенными к сети Интернет, преподавательским ПК с подключенным к нему проектором, экраном для проектора и доской для записей, программным обеспечением всех ПК (ОС Windows, пакеты MSOffice, различные браузеры для работы во всемирной паутине).

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

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) («Консультант студента», «Лань», «Znanium», «Юрайт») и к электронной информационно-образовательной среде организации (portal.unn.ru), в системе электронного обучения ННГУ <https://e-learning.unn.ru/>. Данные электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации (в фундаментальной библиотеке ННГУ), так и вне ее.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью».

Автор: к. филолог. наук, доцент Гордеева Е.Ю.

Рецензент кандидат филос. наук, доцент Новикова Т.Е. _____

Заведующий кафедрой д. полит. наук, профессор Савинова О.Н.