

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

Ученым советом ННГУ

« ____ » _____ 2022 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)

Нижний Новгород

2022 год

Лист актуализации

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК
 _____ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
 исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры

Протокол от _____ 20__ г. № ____
 Зав. кафедрой _____

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП, реализуемой по направлению подготовки 42.03.01 –Реклама и связи с общественностью, код дисциплины в учебном плане Б1.О.31.

1. 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-4.2. Имеет практический опыт составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, опыт перевода текстов с иностранного языка на родной и.	Уметь применять приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, методику перевода текстов с иностранного языка на родной; Знать приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и родном языках, технологии перевода текстов с иностранного языка на родной; Владеть практическим опытом составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров на государственном и	<i>Творческое задание, вопросы к зачету</i>

		родном языках, опытом перевода текстов с иностранного языка на родной	
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью") Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	<p>Уметь учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов; - осуществлять профессиональные функции в рамках деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <p>Знать основные категории и понятия государственного и муниципального управления, систему государственных и общественных институтов, а также тенденции их развития; - специфику организации и функционирования отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p> <p>Владеть практическим опытом создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов; - анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах</p>	<i>Творческое задание, вопросы к зачету</i>

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):	56	

- занятия лекционного типа	28	-
- занятия практического типа	28	
самостоятельная работа	88	
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	Зачет, 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															Самостоятельная работа обучающегося часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы																	
				из них																	
	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Консультации			Всего								
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
Тема 1. Понятие рекламы. Рекламная коммуникация. Виды и средства рекламы	19			4			4											11			
Тема 2. Психология восприятия рекламы и приемы речевого воздействия	19			4			4											11			
Тема 3. Рекламный текст. Основные вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы	19			4			4											11			
Тема 4. Язык изобразительной рекламы и его специфика. Дизайн рекламы	19			4			4											11			
Тема 5. Стил и жанры современной	17			3			3											11			

рекламы																			
Тема 6. Фонетика, лексика, синтаксис рекламного текста	17			3			3										11		
Тема 7. Реклама и языковая игра	17			3			3										11		
Тема 8. Литературное редактирование рекламного текста	17			3			3										21	1	
Итого	180			28			28										88		

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 навыков	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

	вследствие отказа обучающегося от ответа	грубые ошибки.	некоторыми недочетами	недочетами	недочетов.	недочетов.	
--	--	----------------	-----------------------	------------	------------	------------	--

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
Удовлетворительно	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»
Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

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

6.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Определение рекламы. Массово-информационная природа рекламы.	УК-4
2. Задачи рекламы и особенности рекламных текстов (обычная	ОПК-2

предлагающая, поощряющая, имиджевая реклама).	
3. Задачи рекламы и особенности рекламных текстов (сравнительная, прививочная, опровергающая, трансформирующая реклама).	ОПК-2
4. Понятие модульной рекламы. Традиционная, редакционная, купонная реклама.	УК-4
5. Специфика многостраничной рекламы. Строчная реклама.	УК-4
6. Реклама на телевидении.	ОПК-2
7. Реклама на радио.	ОПК-2
8. Специфика наружной рекламы.	ОПК-2
9. Рекламоносители и особенности функционирования рекламных текстов (реклама по почте).	ОПК-2
10. Реклама в сети Интернет. Особенности построения рекламных тестов.	ОПК-2
11. Основная идея рекламного текста и формула AIDCA.	ОПК-2
12. Структура рекламного текста. Заголовок и его типы.	ОПК-2
13. Структура рекламного текста. Функции основного текста. Кода.	ОПК-2
14. Основные задачи слогана. Маркетинговая нагрузка слогана.	ОПК-2
15. Художественная ценность слогана. Художественные приемы, используемые при создании слоганов.	ОПК-2
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-2
18. Виды редакторской правки.	ОПК-2
19. Редактирование модульных текстов.	ОПК-2
20. Композиция пресс-релиза и принципы литературного редактирования.	ОПК-2

6.2.2. Типовые задания для оценки сформированности компетенций УК-4, ОПК-2

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 стилевых 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.

6.2.3. Темы курсовых работ

1. Когнитивные мотивы в современной рекламе.
2. Роль заимствованной лексики в рекламных текстах.
3. Работа со специальной терминологией при создании рекламного произведения.
4. Рекламная коммуникация как мультипликация ценностей современного общества.
5. Эффективность рекламы: анализ языковых средств, используемых в рекламных произведениях.
6. Проблема агрессивности современной рекламы.
7. Реклама и ценностные ориентации общества: влияние рекламной коммуникации на массовое сознание.
8. Особенности культуры речи в рекламной газете.
9. Изобразительно-выразительные средства современной рекламы.

10. Речевые ошибки в современной рекламе.
11. Особенности подбора языковых средств адаптации интернациональной рекламы.
12. Профессиональная лексика и терминология в сфере рекламы.
13. Язык рекламы начала и конца XX века: сопоставительный анализ языковых средств.

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>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

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 (утв. Ученым советом ННГУ, протокол № от ..2022 г.), с учетом рекомендаций примерной основной образовательной программы по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью», профили подготовки - «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления», «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Авторы: к. филол. наук, доцент Гордеева Е.Ю.

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой _____