

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

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Язык и стиль рекламы

Уровень высшего образования

Магистратура

Направление подготовки / специальность

42.04.02 - Журналистика

Направленность образовательной программы

Журналистика и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.09 Язык и стиль рекламы относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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 применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>УК-4.1: УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами</p> <p>УК-4.2: УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках</p> <p>УК-4.3: УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках</p> <p>УК-4.4: УК-4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры в процессе профессионального взаимодействия на государственном и иностранном (-ых) языках</p>	<p>УК-4.1: Уметь выражать свои мысли на государственном, родном и иностранном языке в ситуации деловой коммуникации; использовать вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами</p> <p>Знать литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации; вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами</p> <p>Владеть навыками деловой коммуникации на родном и иностранном языках, использования вербальных и невербальных средств взаимодействия с партнерами</p> <p>УК-4.2: Знает информационно-коммуникационные технологии для поиска необходимой информации</p>	Творческое задание	Зачёт: Контрольные вопросы

	<p>УК-4.5: УК-4.5.</p> <p>Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык</p>	<p>в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках;</p> <p>Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках;</p> <p>Владеет практическими навыками использования информационно-коммуникационных технологий для поиска необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках;</p> <p>УК-4.3:</p> <p>Знает приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров и стилей на государственном и родном языках, -приемы ведения деловой переписки с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>Умеет применять приемы составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров и стилей на государственном и родном языках, - вести деловую переписку учитывая особенности</p>		
--	--	--	--	--

		<p>стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>Владеет практическим опытом составления текстов разной функциональной принадлежности и разных жанров и стилей на государственном и родном языках, - ведения деловой переписки с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>УК-4.4: Знает приемы ведения устных деловых разговоров в процессе профессионального взаимодействия на государственном и иностранном (-ых) языках;</p> <p>Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры в процессе профессионального взаимодействия на государственном и иностранном (-ых) языках;</p> <p>Владеет практическими навыками ведения устных деловых разговоров в процессе профессионального взаимодействия на государственном и иностранном (-ых) языках</p> <p>УК-4.5: Знает технологии перевода</p>		
--	--	---	--	--

		<p>текстов с иностранного языка на родной;</p> <p>Умеет использовать методику перевода текстов с иностранного языка на родной;</p> <p>Владеет навыками и опытом перевода текстов с иностранного языка на родной.</p> <p>Знает основы философских знаний, этапы исторического развития философских знаний, основные этапы и закономерности исторического развития общества в целом, а также отдельных стран и регионов; основные этапы и закономерности научного развития в общегуманитарных областях, в том числе, в сфере межкультурного разнообразия, содержание важнейших теоретических концепций, а также видение возможности их применения в учебной деятельности и профессиональной деятельности</p> <p>Умеет использовать основы философских знаний и знания об этапах исторического развития философских знаний для формулирования выводов и гипотез при изучении динамики социально-экономических процессов и социокультурных процессов, в том числе в процессе межкультурного взаимодействия;</p> <p>Владеет навыками анализа и синтеза восприятия и использования философских и исторических концепций с целью применения в</p>		
--	--	--	--	--

		<p>социально-экономических и социокультурных дисциплинарных областях;</p> <p>навыками анализа и синтеза восприятия и использования теоретического материала с целью применения в различных дисциплинарных областях</p>		
<p>ПКР-7: Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня и сложности с учетом специфики разных типов СМИ</p>	<p>ПКР-7.1: ПКР-7.1. Контролирует достоверность и полноту полученной информации, систематизирует факты и мнения</p> <p>ПКР-7.2: ПКР-7.2. Разрабатывает оригинальные творческие решения</p> <p>ПКР-7.3: ПКР-7.3. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа</p>	<p>ПКР-7.1:</p> <p>Знать методики проверки достоверности и полноты полученной информации;</p> <p>Уметь контролировать достоверность и полноту полученной информации, систематизирует факты и мнения;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в процессе контроля достоверности и полноты полученной информации, систематизации фактов и мнений;</p> <p>ПКР-7.2:</p> <p>Знать технологии разработки оригинальных творческих решений в процессе осуществления авторской деятельности;</p> <p>Уметь применять технологии разработки оригинальных творческих решений в процессе осуществления авторской деятельности;</p> <p>Владеть практическими навыками разработки оригинальных творческих решений в процессе осуществления авторской деятельности;</p> <p>ПКР-7.3:</p> <p>Знать методы подготовки к публикации журналистского текста (или) продукта любого уровня сложности с учетом</p>	<p>Творческое задание</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p>требований конкретной редакции СМИ или другого медиа;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности методы подготовки к публикации журналистского текста (или) продукта любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа;</p> <p>Владеть практическими навыками подготовки журналистского текста (или) продукта любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа;</p>		
<p>ПКР-8: Способен определять формат, тематику и оценивать материал для нового журналистского текста и (или) продукта с учетом специфики разных типов СМИ;</p>	<p>ПКР-8.1: ПКР-8.1. Осуществляет регулярный мониторинг тем и проблем информационной повестки дня</p> <p>ПКР-8.2: ПКР-8.2. Оценивает степень компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ, целесообразности их публикации</p>	<p>ПКР-8.1: Знать технологии мониторинг тем и проблем информационной повестки дня; Уметь применять в процессе осуществления авторской деятельности технологии мониторинг тем и проблем информационной повестки дня; Владеть практическими навыками осуществления мониторинга тем и проблем информационной повестки дня;</p> <p>ПКР-8.2: Знать методику оценки компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ;</p> <p>Уметь корректно применять методику оценки компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия</p>	<p>Творческое задание</p>	<p>Зачёт: Контрольные вопросы</p>

		<p>требованиям и формату данного СМИ; принимать обоснованное решение о целесообразности их публикации;</p> <p>Владеть практическими навыками оценки компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ;</p>		
--	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	0
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	14
- КСР	1
самостоятельная работа	57
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

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

Наименование 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	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0
Тема 1 Понятие рекламы. Рекламная коммуникация Виды и средства рекламы	8		1	1	7
Тема 2 Психология восприятия рекламы и приемы речевого воздействия	8		1	1	7

Тема Рекламный текст. Основные вербальные составляющие рекламного текста и язык рекламы	9		2	2	7
Тема 4 Язык изобразительной рекламы и его специфика. Дизайн рекламы	9		2	2	7
Тема 5 Стиль и жанры современной рекламы	9		2	2	7
Тема 6. Фонетика, лексика, синтаксис рекламного текста	9		2	2	7
Тема 7. Реклама и языковая игра	9		2	2	7
Тема 8. Литературное редактирование рекламного текста	10		2	2	8
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	0	14	15	57

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Реклама как разновидность социальной информации. Функции и задачи рекламы. Понятие коммуникации. Реклама как дискурс. Значение адресата для рекламной коммуникации. Концепты и символы рекламной коммуникации. Особенности коммерческой, политической и социальной рекламы. Реклама в прессе, на радио, телевидении, в интернете, наружная реклама и другие средства рекламы. Реклама как вид словесности. Этос, пафос и логос рекламы.

Тема 2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов. Психоаналитические концепции культуры и их значение для проектирования рекламы. Психология мотивации в рекламе. Предмет психолингвистики. Исследование психики потребителя. Психолингвистические особенности аудиальной и визуальной рекламы. Суггестивные психотехнологии в рекламе. Нейролингвистическое программирование (NLP). Языковое манипулирование. Имплиcitная информация. Психология света, цвета и формы в рекламе. Эффективность социально-психологического воздействия рекламы. Формула AIDA.

Тема 3. Определение рекламного текста. Композиция рекламного текста. Слоган, приемы его создания. Классификация слоганов. Этнокультурные и лингвистические особенности рекламного слогана. Виды заголовков рекламного текста. Основной рекламный текст и приемы аргументации в рекламе. Кода рекламного текста. Читательность рекламных текстов.

Тема 4. Невербальные компоненты рекламного текста. Визуально-графические компоненты рекламы: шрифт, семантика цвета, иллюстрация, макетирование и др. Значение символа в создании визуальных образов рекламы. Функции дизайна в рекламе. Рекламная идея и ее структура. Рекламная концепция. Рекламный образ. Типология дизайна.

Тема 5. Объявление – реклама – рекламное объявление (к уточнению характеристики жанра). Имплиcitный смысл номинативного рекламного объявления. Жанр рекламного объявления в аспекте его коммуникативных, речевых и языковых характеристик. Информационные, аналитические и публицистические жанры рекламы. Лингвистика жанра .

Тема 6. Речевая структура модульного текста. Основные характеристики модульного текста. Модульный текст в семиотическом аспекте. Стилистическая дифференциация рекламных текстов. Особенности использования функциональных стилей в зависимости от тематики, вида, жанра и размещения рекламного произведения, а также целевой аудитории. Языковые средства, используемые для создания образности: тропы (метафоры, метонимии, синекдохи, гиперболы и др.); фигуры речи (анафора, эпифора, градация, риторический вопрос и др.). Стилиевые приемы, используемые при создании рекламного текста: прецедентный текст, цитация, контраст и др. Стилиевые принципы создания рекламного текста: краткость, конкретность, точность, логичность, убедительность, простота и доходчивость, оригинальность, выразительность и др. Стилистический прием повтора.

Тема 7. Философское осмысление феномена игры. Игровая природа рекламной коммуникации. Игра как средство повышения эффективности рекламной коммуникации. Понятие нормы в рекламном тексте. Интертекстуальность рекламы. Слоган как самый интертекстуально насыщенный элемент рекламного текста. Прецедентные тексты как источник интертекстуальности в рекламе. Связь прецедентных текстов с языковой игрой и пародированием в рекламе. Прототексты в рекламном дискурсе: пословицы и поговорки, афоризмы и крылатые выражения, песни и классические музыкальные произведения, художественная литература, кино- и мультфильмы, фрагменты политического дискурса, произведения живописи, другие рекламные тексты и т.д. Функции прецедентных текстов в рекламе. Типология прецедентных рекламных текстов. Игровые модели рекламного обращения. Фонетическая игра в рекламе. Способы реализации графической игры в рекламном тексте. Морфологическая игра в рекламе. Словообразовательная игра: окказиональные способы и приемы создания новых слов в рекламе и др. Обыгрывание неоднозначности в рекламном тексте: намеренная и ненамеренная речевая неоднозначность, создание многозначности через омонимию (игра с антропонимами, топонимами, названиями и т.д.). Игра слов и изображения.

Тема 8. Текст как объект литературного редактирования. Виды редактирования. Виды редакторского чтения. Виды и операции правки. Работа редактора над языком и стилем текстов массовой коммуникации. Критерии оценки правильности речи. Нарушение языковых норм и способы коррекции изложения. Стилистические ошибки и способы их редактирования. Коммуникативные ошибки. Особенности редактирования модульного текста. Типичные фонетические погрешности. Ошибки в графической организации рекламного текста. Наиболее распространенные лексико-фразеологические, семантические и синтаксические ошибки в рекламе.

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 14 ч.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Автаева Н.О., Болдина К.А., Гордеева Е.Ю. Методология и методика исследований в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, издательского дела. Учебно-методическое пособие. Нижний Новгород, 2019.

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 - Творческое задание) для оценки сформированности компетенции УК-4:

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 связей 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.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Творческое задание) для оценки сформированности компетенции ПКР-7:

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).

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Творческое задание) для оценки сформированности компетенции ПКР-8:

Творческое задание «Подберите рекламные слоганы (не менее 10), в которых используются слова-матрешки или каламбуры».

Критерии оценивания (оценочное средство - Творческое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент грамотно и логично излагает материал. Тема раскрыта полно.
не зачтено	Нарушена логика изложения материала. Тема раскрыта неполно.

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

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор 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	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	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

	обучающегося от ответа			негрубых ошибок	несущественных ошибок		
<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 несущественными 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 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	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	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
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «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»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-4

1. Определение рекламы. Массово-информационная природа рекламы. 2. Задачи рекламы и особенности рекламных текстов (обычная предлагающая, поощряющая, имиджевая реклама). 3. Задачи рекламы и особенности рекламных текстов (сравнительная, прививочная, опровергающая, трансформирующая реклама). 4. Понятие модульной рекламы. Традиционная, редакционная, купонная реклама. 5. Специфика многостраничной рекламы. Строчная реклама. 6. Реклама на телевидении. 7. Реклама на радио. 8. Специфика наружной рекламы. 9. Рекламоносители и особенности функционирования рекламных текстов (реклама по почте). 10. Реклама в сети Интернет. Особенности построения рекламных тестов.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-7

. Основная идея рекламного текста и формула AIDCA. 2. Структура рекламного текста. Заголовок и его типы. 3. Структура рекламного текста. Функции основного текста. Коды. 4. Основные задачи слогана. Маркетинговая нагрузка слогана. 5. Художественная ценность слогана. Художественные приемы, используемые при создании слоганов. 6. Понятие фирменного стиля. Основные элементы фирменного стиля.

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-8

Литературное редактирование рекламного и PR-текстов. Редактирование и его задачи. Виды редакторского чтения. 8. Виды редакторской правки. 9. Редактирование модульных текстов.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент грамотно и логично излагает материал. Тема раскрыта полно.
не зачтено	Нарушена логика изложения материала. Тема раскрыта неполно.

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

Основная литература:

1. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования : учебное пособие / Иншакова Н.Г. - Москва : Аспект-Пресс, 2014. - 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772526&idb=0>.
2. 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>.

Дополнительная литература:

1. Трищенко Д. А. Копирайтинг : учебное пособие / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. - Москва : Юрайт, 2023. - 124 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15275-3. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848822&idb=0>.
2. Кузнецов Павел Александрович. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : Практическое пособие. - 5. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 130 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-05306-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875332&idb=0>.

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

elibrary.ru официальный сайт: <https://elibrary.ru>

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 подготовки/специальности 42.04.02 - Журналистика.

Автор(ы): Гордеева Елена Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.