

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Копирайтинг

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 01.06.2021

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью дисциплины является изучение теории и общих практических подходов к написанию рекламных и PR-текстов разных жанров с целью установления действенной и эффективной коммуникации.

Задачи дисциплины:

изучение коммуникативно-стилистической характеристики рекламного и PR-текста;

изучение параметров конститутивности текста;

определение и жанровая типология рекламного и PR-текста;

основные требования к рекламному и PR-тексту;

Разновидности текстов для СМИ и информационного пакета для прессы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

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.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Уметь:

- оценивать рекламные и PR-тексты;
- определять виды рекламы и формировать соответствующие рекламные и PR-тексты;
- оценивать рекламный и PR-текст на предмет качества и достоверности;
- исправлять ошибки допущенные в рекламных и PR-текстах;
- определять основные результаты использования рекламного и PR-текста.

Знать:

- основные категории дисциплины;
- классификацию текстов;
- функции и цели рекламного и PR-текста;
- нормативно-правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью;
- особенности разных жанров рекламного и PR-текста;

- требования к тексту и основные типы ошибок

Владеть:

- навыками сбора, обработки, анализа данных для формирования рекламного и PR-текста;
- навыками подготовки рекламного и PR-текста;
- навыками подготовки пресс-релизов;
- навыками рекламного и PR-текста в фактологическом жанре;
- навыками подготовки текстов исследовательско-новостных жанров

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	56	56
В том числе:		
Занятия лекционного типа	28	28
Занятия семинарского типа	28	28

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 52 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных

условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Теоретические аспекты копирайтинга 1.1. Текст, его признаки и свойства 1.2. Коммуникативно-стилистическая характеристика рекламного и PR-текста 1.3. Подготовка PR-текстов разных жанров
2	Практические аспекты копирайтинга 2.1. Требования к тексту и основные ошибки 2.2. Пресс-релиз как основной жанр рекламного и PR-текста 2.3. Особенности текстов фактологических жанров 2.4. Подходы к подготовке рекламного и PR-текста

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Реклама и PR. Характеристика рынка рекламной деятельности. PR-деятельность. Виды рекламного и PR-текста
2	Основные ошибки при составлении рекламного и PR-текстов. Определить выразительность в тексте. Использование неологизмов. Коммуникативные качества речи в текстах. Стилистическая характеристика текста. Логические ошибки текста. Достоинства и недостатки текстов.
3	. Составление рекламного и PR-текста Схема формирования текста. Подготовка пресс-релиза. Подготовка фактологического текста. Подготовка новостного текста. Подготовка текста в научно-исследовательском жанре.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Темы и вопросы, определяемые преподавателем с учетом интересов студента.
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425190
2	Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477078

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miit.ru>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Офисный пакет приложений Microsoft Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и ПК с необходимым программным обеспечением и подключением к сети интернет

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

профессор, профессор, д.н. кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

В.А. Подсорин

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ
Председатель учебно-методической
комиссии

Н.П. Терешина

М.В. Ишханян