

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Профессиональные медиатексты (копирайтинг, рерайтинг)
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: магистратура
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 108 (3)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных
отраслях
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование способности применения информационно-коммуникационных технологий и программного обеспечения, необходимых для создания рекламных текстов.

Задачи

знать:

информационно-коммуникационные технологии и программное обеспечение, необходимые для создания рекламных текстов.

уметь:

дополнять процесс создания рекламных текстов информационно-коммуникационными технологиями.

владеть:

информационно-коммуникационными технологиями и программным обеспечением, необходимых для создания рекламных текстов.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

ПО и интернет-ресурсы, необходимые для создания рекламных текстов
категории и термины копирайтинга (рерайтинга);
методики, приемы копирайтинга (рерайтинга);
виды и типы PR-текстов и PR-кампаний;
технологии копирайтинга (рерайтинга);
виды и типы, методика составления брифа.

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-6	ИД-1ОПК-6	Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для создания рекламных текстов	Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	Зачет
ОПК-6	ИД-2ОПК-6	Умеет отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Умеет отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-6	ИД-3ОПК-6	Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	Кейс-задача

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		1	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	41	41	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)	23	23	
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)			
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	67	67	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	
1-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 1. Основные понятия курса. Публицистический, рекламный и PR-дискурс.	3	4	0	10
Основные категории и понятия курса. Копирайтинг, рерайтинг, дискурс. Публицистический, рекламный, PR-дискурс. Стратегии, границы дискурса. Текст. Категории текста. Характеристики и типология публицистического, рекламного, PR-текста. копирайтера: креативность, увлеченность, умение работать в команде, знания о культуре и искусстве, открытость и «хорошее» любопытство к миру, толерантность к другому восприятию мира. Инструментарий копирайтера: энциклопедическая и спра-вочная литература (словари, источники-источники и про-граммы) по русскому языку. Деятельность копирайтера – сочетание умений и навыков профессий лингвиста и продавца, писателя и художника, актера и психолога. Профессионализм копирайтера. Копирайтер и SEO-копирайтер. ПО и интернет-ресурсы: Адвего, Миратекст, Грамота.ру, Национальный корпус русского языка и др.				
Тема 2. Понятие медиатекст. 2. Методика создания брифа	2	4	0	10
Медиатекст. Критерии, специфика, типологии, категории, жанры медиатекста. Конвергентность. Специфика автора и адресата. Исследования медиатекста.				
Тема 3. Каналы коммуникации и виды копирайтинга.	2	3	0	10
Каналы коммуникации. Виды копирайтинга. Характер текстопорождения в копирайтинге. Копирайтинг, рерайтинг, SEO-копирайтинг, UX-копирайтинг.				
Тема 4. Жанры и техники современного медиатекста. Мультимедийный текст.	3	4	0	10
Кроссмедиа. Мультимедиа. Трансмедиа. Приемы воздействия на читателя в медиатексте. Стортеллинг. Трансмедийный сторителлинг. Метафора в медиатексте: виды, функции, приемы создания.				
Тема 5. Tone of Voice и редполитика	3	4	0	10
Стиль, голос и тон медиатекста и мультимедийного продукта. Матрица голоса. Редполитика: принципы, функции, структура.				
Тема 6. Мультимедийный лонгрид.	3	4	0	17
Мультимедийный лонгрид как разновидность				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
медиатекста. Режиссура мультимедийного лонгрида: выбор средств, структура, гипертекст, интерактивные элементы. Мультимедийная история.				
ИТОГО по 1-му семестру	16	23	0	67
ИТОГО по дисциплине	16	23	0	67

Тематика примерных лабораторных работ

№ п.п.	Наименование темы лабораторной работы
1	Текстовые категории. Элементы рекламного и PR-текста
2	Логическая структура и композиция текста
3	Понятие медиатекст. Исследования медиатекста
4	Методы анализа медиатекста
5	Рерайтинг
6	Копирайтинг
7	Приемы воздействия на читателя в медиатексте
8	Сторителлинг
9	Метафора в медиатексте
10	Стиль медиатекста и Tone of Voice мультимедийного продукта
11	Редполитика: принципы, функции, структура
12	Мультимедийный лонгрид

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Проведение лабораторных занятий основывается на интерактивном методе обучения, при котором обучающиеся взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. При этом доминирует активность учащихся в процессе обучения. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на достижение целей занятия.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Бердышев С.Н. Рекламный текст : методика составления и оформления. М. : Дашков и К, 2009. 251 с.	14
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина [и др.]. - Москва Вологда: Инфра-Инженерия, 2018.	2
2	Геттинс Д. Секреты создания рекламных материалов, или Неписанные правила копирайтинга : пер. с англ. / Д. Геттинс. - М.: АСТ, Астрель, 2007.	2
3	Иванова К.А. Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов / К.А. Иванова. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2009.	2

4	Иншакова Н. Г. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования : учебное пособие для вузов / Н. Г. Иншакова. - Москва: Аспект Пресс, 2018.	1
5	Кот Д. Копирайтинг: как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают / Д. Кот. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013.	1
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Н. Н. Скрипникова Реклама. Консалтинг. Public Relations : Теоретические брифы. / Н. Н. Скрипникова. - Воронеж: Воронеж-ский? государственный? архитектурно-строительный? университет, ЭБС АСВ, 2015.	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks86079	локальная сеть; авторизованный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://www.diss.rsl.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лабораторная работа	ноутбук, экран, проектор	1
Лекция	ноутбук, экран, проектор	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Профессиональные медиатексты (рерайтинг, копирайтинг)»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль)
образовательной программы:** Реклама и связи с общественностью в
высокотехнологичных отраслях

Квалификация выпускника: Магистр

Выпускающая кафедра: Иностранных языков и связей с
общественностью

Форма обучения: Очная

Курс: 1

Семестр: 1

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану: 3 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 108 ч.

Форма промежуточной аттестации:

1 семестр – зачет

Пермь 2023

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (1-го семестра учебного плана) и разбито на 6 учебных тем. В каждой теме предусмотрены аудиторские лекционные и лабораторные работы, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по практическим занятиям и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР		Зачёт
Усвоенные знания						
З.1 знать основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для создания рекламных текстов		ТО	ОЛР	КЗ		ТВ
Освоенные умения						
У.1 уметь отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии			ОЛР	КЗ		КЗ
Приобретенные владения						
В.1 владеть навыками использования в профессиональной деятельности современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение			ОЛР	КЗ		КЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной

аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме в форме защиты лабораторных работ и выполнения кейс-задачи после изучения отдельных тем учебной дисциплины.

2.2.1. Защита лабораторных работ

Всего запланировано 12 лабораторных работ. Типовые темы лабораторных работ:

1. Текстовые категории. Элементы рекламного и PR-текста
2. Логическая структура и композиция текста
3. Понятие медиатекст. Исследования медиатекста
4. Методы анализа медиатекста
5. Рерайтинг
6. Копирайтинг
7. Приемы воздействия на читателя в медиатексте
8. Сторителлинг
9. Метафора в медиатексте
10. Стил медиатекста и Tone of Voice мультимедийного продукта
11. Редполитика: принципы, функции, структура
12. Мультимедийный лонгрид

Защита лабораторной работы проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.2.2. Отчет по выполнению кейс-задачи

Выполнение кейс-задачи проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

Типовые кейс-задачи задания:

1. Проанализируйте медиатекст на предмет соответствия текстовым категориям и требованиям к элементам текста.
2. Воспользуйтесь научной библиотекой e-library, найдите статью, в которой описывают понятие «медиатекст», сделайте ее обзор, отметьте аспекты понятия, которые выделяет автор.
3. Проанализируйте медиатекст по предложенному плану.
4. Выберите один из методов исследования медиатекста и сделайте анализ предложенного текста.
5. Сделайте рерайтинг научной статьи, переведите ее из научного в научно-популярный формат.
6. Напишите рекламный или PR-текст, тематически связанный с вашим магистерским исследованием, предварительно проработав логическую структуру, композицию и отдельные элементы текста.
7. Выберите любую модель сторителлинга и напишите историю, тематически связанную с вашей магистерской работой.

8. Изучите редполитики известных издательств и ресурсов. Сделайте выводы о функциях, принципах и структуре документа.
9. Создайте редполитику, в которой отразите концепцию будущего ресурса, его цели, задачи, содержание и языковые особенности.

2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения), как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

- Создайте мультимедийный лонгрид на тему, связанную с вашим диссертационным исследованием. Используйте приемы воздействия на читателя, технику сторителлинга, метафоры.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех запланированных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения студентом всех запланированных работ по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Публицистический, рекламный, PR-дискурс. Стратегии, границы дискурса.
2. Текст. Категории текста.
3. Характеристики и типология публицистического, рекламного, PR-текста.
4. Элементы рекламного и PR-текста: заголовок, подзаголовок, основной текст, слоган, эхо-фраза.

5. Логическая структура текста.
6. Композиция публицистического, рекламного и PR-текста.
7. Понятие медиатекст.
8. Критерии, специфика, типологии, категории, жанры медиатекста.
9. Специфика автора и адресата медиатекста.
10. Методы исследования медиатекста.
11. Виды копирайтинга с учетом каналов коммуникации и характера текстопорождения.
12. Мультимедийный текст. Кроссмедиа. Мультимедиа. Трансмедиа.
13. Приемы воздействия на читателя в медиатексте.
14. Сторителлинг. Трансмедийный сторителлинг.
15. Метафора в медиатексте: виды, функции, приемы создания.
16. Tone of Voice медиатекста и мультимедийного продукта.
17. Редполитика: принципы, функции, содержание, структура.
18. Мультимедийный лонгрид как разновидность медиатекста.

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. Текст как часть публицистического, рекламный, PR-дискурс. Анализ медиатекста.
2. Методы исследования медиатекста.
3. Способы текстопорождения: рерайтинг, копирайтинг, режиссура мультимедийного продукта.
4. Публицистический, рекламный, PR-дискурс.
5. Сторителлинг в медиатексте: способы создания и оформления истории.
6. Приемы создания метафоры в медиатексте и мультимедиа.
7. Разработка Tone of Voice для медиатекста и мультимедийного продукта. Матрица голоса.
8. Работа с редполитикой. Проработка содержания и структуры.
9. Работа с мультимедийным лонгридом как разновидностью медиатекста.

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Анализ медиатекста на предмет соответствия текстовым категориям и требованиям к элементам текста.
2. Анализ медиатекста по предложенному плану.
3. Анализ предложенного текста с использованием одного из методов исследования медиатекста.
4. Рерайтинг научной статьи.
5. Создание рекламного или PR-текста, проработка логической структуры, композиции и отдельных элементов текста.
6. Создание истории в соответствии с принципами сторителлинга.
7. Создание редполитики, которая отражает концепцию мультимедийного ресурса, его цели, задачи, содержание и языковые особенности.
8. Создание мультимедийного лонгрида на тему, связанную с диссертационным исследованием.

2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня

сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.