

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Амурский государственный университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной работе
А.В. Лейфа

« 13 » июля 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ТЕХНОЛОГИИ КОПИРАЙТИНГА

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Программа подготовки: прикладной бакалавриат
Квалификация выпускника: бакалавр

Год набора 2020
Форма обучения: очная
Курс 3 Семестр 5
Зачёт 5 семестр

Общая трудоемкость дисциплины 108 (акад. час.), 3 (з.е.)

Составитель Кунгушева И.А., к. филол. н., доцент

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

2020 г.



Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 512.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

«11» 07 2020 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой _____ Е.Г. Ивашенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

(подпись) Н.А. Чалкина

«11» 07 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

(подпись) Е.Г. Ивашенко

«11» 07 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

(подпись)

«11» 07 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр информационных и образовательных технологий

(подпись)

«11» 07 2020 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель данного курса – сформировать представление об особенностях профессиональной деятельности копирайтеров и о процессе копирайтинга в целом; развить первичные практические навыки написания рекламных обращений и любых коммерческих текстов на заказ.

В соответствии с поставленной целью курс решает следующие задачи:

1. определение основных категорий, понятий, терминов, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
2. формирование у студентов представления о методологии создания рекламных текстов;
3. отработка базовых практических навыков создания вербальной части рекламных сообщений;
4. освоение технологий написания сценариев рекламных роликов для телевизионной и радиорекламы;
5. приобретение практических навыков по написанию печатных рекламных обращений различных жанров.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Программа курса «Технологии копирайтинга» составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавра, относится к дисциплинам базовой части.

Для изучения дисциплины необходимы знания, сформированные у студентов бакалавриата в результате обучения таких дисциплин, как «Стилистика и редактирование текста», «Теория и практика рекламы», «Семиотика рекламы», «Язык рекламы».

Дисциплина на различных этапах реализации компетенции взаимосвязана и предшествует изучению таких курсов, как «Креативные стратегии в рекламе», «Спецсеминар (технологии в рекламе и связях с общественностью)». Сформированные компетенции проверяются в рамках защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового отечественного опыта	ИД-1 _{ПК-2} Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
	ИД-2 _{ПК-2} Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
	ИД-3 _{ПК-2} Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампаний
	ИД-4 _{ПК-2} Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 академических часов

№ п/п	Тема дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в акад. часах)			Контроль (в академических часах)	Самостоятельная работа (в академических часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	КТО			
1	Копирайтинг как учебная дисциплина и творческий процесс	5		2			7	Проверка конспектов Устный опрос
2	Бриф как техническое задание на рекламный проект	5		2			7	Проверка конспектов Устный опрос Тренинг
3	Подготовительный этап создания рекламного текста	5		2			7	Проверка конспектов Устный опрос Тренинг
4	Рекламное творчество и концепция креативности.	5		4			7	Проверка конспектов Устный опрос Тренинг
5	Техники копирайтинга	5		4			7	Проверка конспектов Устный опрос Тренинг
6	Специфика создания рекламного продукта для печатных СМИ	5		4			7	Проверка конспектов Устный опрос Тренинг
7	Рубричная и модульная реклама.	5		4			7	Проверка конспектов Устный опрос Тренинг
8	Копирайтинг в телерекламе	5		4			8	Проверка конспектов Устный опрос Тренинг
9	Копирайтинг в радиорекламе.	5		4			8	Проверка конспектов Устный опрос Тренинг
10	Эффективность рекламного текста	5		4			8,3	Проверка конспектов Устный опрос Тренинг

№ п/п	Тема дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация	Семестр	Виды контактной работы и трудоемкость (в акад. часах)			Контроль (в академических часах)	Самостоятельная работа (в академических часах)	Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	КТО			
	Зачет	5		34	0,2		73,8	108
Итого				34	0,2		73,8	108

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, КТО – контроль теоретического обучения.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

51. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Содержание темы
1	2	3
1	Копирайтинг как учебная дисциплина и творческий процесс	<p>Определение понятия "копирайтинг". История копирайтинга. Предмет копирайтинга, его место и роль в системе рекламного бизнеса. Виды копирайтинга: рерайтинг, SEO-копирайтинг, рейтинг. Междисциплинарный характер копирайтинга. Основные задачи копирайтера. Профессиограмма копирайтера. Круг обязанностей копирайтера в рекламных агентствах различного типа. Особенности личности копирайтера: творческая направленность, умение работать в команде, необходимость широкого гуманитарного образования, знаний о культуре и искусстве и др. Багаж копирайтера: словарь, энциклопедия, справочник корректора, учебник грамматики, книги афоризмов, Интернет. Сочетание в творческой деятельности копирайтера искусства и ремесла, умений и навыков различных профессий: писателя и художника, актера и социального психолога, лингвиста и продавца.</p>
2	Бриф как техническое задание на рекламный проект	<p>Бриф как внутренняя документальная форма соглашения между исполнителем и заказчиком. Основные функции и задачи брифа. Структура брифа, его базовые и переменные составляющие. Виды брифов и их специфика. Правила создания эффективного творческо-технического задания..</p>
3	Подготовительный этап создания рекламного текста	<p>Сбор маркетинговой информации как основа создания рекламного текста. Комплекс маркетинговых данных о продукте: его характеристики, преимущества, недостатки, УТП и др. Информативный перечень характеристик и функциональных качеств продукта. Создание портрета целевой аудитории. Имиджевая и коммерческая модели рекламы. Выбор модели рекламного текста для товаров и услуг различных сфер деятельности. Определение композиционной структуры рекламного текста. Текст и окружающие его фоновые пласты: контекст, подтекст, затекст.</p>
4	Рекламное творчество	<p>Типовые и креативные стратегии создания рекламного</p>

№ п/п	Название темы	Содержание темы
1	2	3
	и концепция креативности.	текста. Творческая идея и схемы её разработки. Формы и функции рекламного креатива. Элементы креативной идеи. Факторы, влияющие на выбор идеи рекламы. Базовые модели организации творческого процесса. Модель творческого процесса Г.Уоллеса: подготовка, инкубация, озарение, верификация. Средства интенсификации творческого мышления в рекламе (мозговой штурм и его виды, метод фокальных объектов, метод гирлянд и ассоциаций, метод контрольных вопросов, морфологический анализ Ф.Цвикки). Техники рекламного конструирования (концепция трёхуровневого позиционирования Росситер-Перси, методика РАМ-проводника, методика слома стереотипа).
5	Техники копирайтинга	Психологические и психолингвистические приёмы в рекламе. Приём демонстрации, «высвечивания» товара - концентрации на определённых качествах товара. Приём дополнительного свидетельства потребителя. Использование авторитетного мнения. Приём контраста, параллели, сравнения. Приём отождествления. Юмор, шок, динамика, эмоциональность, интрига, парадокс, эротизация. Сценарий «проблема-решение».
6	Специфика создания рекламного продукта для печатных СМИ	Понятие жанра и его функции в рекламе. Жанры печатной рекламы: рекламное объявление, житейская история, консультация специалиста, рекламное поздравление и др. Публицистические жанры, используемые в рекламных целях: информационные; аналитические жанры; художественно-публицистические жанры.
7	Рубричная и модульная реклама.	Понятие журнального и газетного рекламного модуля. Виды рекламных модулей и их композиционная структура. Макет и макетирование рекламного обращения. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы. Мондриан. Сетка. Окно. Перенасыщенная текстом реклама. Рамка или рамочный макет. Цирк или организованный беспорядок. Текстовая реклама. Макет «реклама в обрез». Полоса. Макет «аксиальное расположение». Макет «комикс». Макет «алфавит». Макет «силуэт». Макет «мультиреклама». Шесть основных принципов эффективной макетированной рекламы: равновесие, доминирование, направленность движения взгляда, пропорция, когерентность, единство.
8	Копирайтинг в телерекламе	Основные требования к содержанию телевизионной рекламы. Жанровые форматы на телевидении. Телевизионный рекламный ролик как основной жанровый формат телерекламы. Виды рекламных роликов. Формат телевизионного ролика. Составляющие рекламного ролика и работа над ними копирайтера. Экспозиция, завязка, развитие сюжета, кульминация рекламного ролика, развязка. Роль пэжкота и монтажа в телерекламе. Аннотация и режиссура рекламного ролика. Создание сценария телеролика и график постановки. Литературный и режиссёрский сценарий. Операторское и сценарное

№ п/п	Название темы	Содержание темы
1	2	3
		мастерство, разработка визуального решения (раскадровка).
9	Копирайтинг в радиорекламе.	Учёт в копирайтинге места рекламы в современной вещании (канал и внутренний контекст). Типы радиорекламы (журнальные, игровые, интерактивные) и формы подачи рекламы на радио. Форматы радиостанций и радиопослание: прямое, институциональное, комментаторское. Элементы структуры радиорекламы. Музыкальные ролики. Создание джингла на радио. Выбор звука и музыки. Голос в рекламе. Радиоспот и сюжеты на радио. Сценарий радиоролика и его создание.
10	Эффективность рекламного текста	Качество рекламного текста как совокупность его свойств, которые отвечают общепринятым языковым правилам и нормам. Показатели, влияющие на качество рекламного текста: благозвучие, грамотность, уместное использование стилистических приёмов, читабельность и логичность. Соответствие рекламного текста этическим, эстетическим и правовым нормам. Неэффективный рекламный текст. Типичные ошибки в рекламных сообщениях и способы их устранения. Редакторский анализ рекламных текстов.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в акад. часах
1	Копирайтинг как учебная дисциплина и творческий процесс	Написание конспектов Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	7
2	Бриф как техническое задание на рекламный проект	Написание конспектов Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	7
3	Подготовительный этап создания рекламного текста	Написание конспектов Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	7
4	Рекламное творчество и концепция креативности.	Написание конспектов Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	7
5	Техники копирайтинга	Написание конспектов Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	7
6	Специфика создания рекламного продукта для печатных СМИ	Написание конспектов Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	7
7	Рубричная и модульная реклама.	Написание конспектов Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	7
8	Копирайтинг в телерекламе	Написание конспектов Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	8
9	Копирайтинг в радиорекламе.	Написание конспектов	8

№ п/п	Наименование темы	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоёмкость в акад. часах
		Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	
10	Эффективность рекламного текста	Написание конспектов Подготовка к устному опросу Подготовка к тренингу	8,3
	Итого		73,8

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках технологического подхода будут использованы следующие технологии:

- обучение с помощью аудиовизуальных средств (мультимедиа);
- система «малых групп»;
- «рецензирование» выступлений студентами;
- информационные технологии (электронные учебные издания).

При освоении дисциплины на занятиях используется как односторонняя форма коммуникации - пассивный метод, так и многосторонний - активный метод в форме беседы, дискуссии, диалога, групповой и индивидуальный методы работы со студентами. Групповой метод обеспечивает участие в работе каждого студента и предполагает вариативность участия в работе студентов с различной степенью речевой активности и инициативности. Индивидуальный метод заключается в раскрытии личностных возможностей обучающихся: их качеств, уровня языковой подготовки, умения самостоятельно включаться в процесс общения, управлять ситуацией общения.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины: зачет (5семестр).

Вопросы к зачету

1. Копирайтинг как учебная дисциплина и творческий процесс. Определение понятия "копирайтинг". История копирайтинга. Предмет копирайтинга, его место и роль в системе рекламного бизнеса. Виды копирайтинга: рерайтинг, SEO-копирайтинг, райтинг.
2. Междисциплинарный характер копирайтинга. Основные задачи копирайтера. Профессиограмма копирайтера. Круг обязанностей копирайтера в рекламных агентствах различного типа. Особенности личности копирайтера.
3. Бриф как внутренняя документальная форма соглашения между исполнителем и заказчиком. Основные функции и задачи брифа. Структура брифа, его базовые и переменные составляющие. Виды брифов и их специфика. Правила создания эффективного творческо-технического задания
4. Подготовительный этап создания рекламного текста. Сбор маркетинговой информации как основа создания рекламного текста. Комплекс маркетинговых данных о продукте: его характеристики, преимущества, недостатки, УТП и др. Информативный перечень характеристик и функциональных качеств продукта.
5. Создание портрета целевой аудитории. Имиджевая и коммерческая модели рекламы. Выбор модели рекламного текста для товаров и услуг различных сфер деятельности. Определение композиционной структуры рекламного текста. Текст и окружающие его фоновые пласты: контекст, подтекст, затекст.
6. Рекламное творчество и концепция креативности. Типовые и креативные стратегии создания рекламного текста. Творческая идея и схемы её разработки. Формы и функции рекламного креатива. Элементы креативной идеи. Факторы, влияющие на выбор идеи рекламы. Базовые модели организации творческого процесса. Модель творческого процесса Г.Уоллеса: подготовка, инкубация, озарение, верификация.

7. Средства интенсификации творческого мышления в рекламе (мозговой штурм и его виды, метод фокальных объектов, метод гирлянд и ассоциаций, метод контрольных вопросов, морфологический анализ Ф.Цвикки). Техники рекламного конструирования (концепция трёхуровневого позиционирования Росситер-Перси, методика РАМ-проводника, методика слома стереотипа).
8. Психологические и психолингвистические приёмы в рекламе. Приём демонстрации, «высвечивания» товара - концентрации на определённых качествах товара. Приём дополнительного свидетельства потребителя. Использование авторитетного мнения. Приём контраста, параллели, сравнения. Приём отождествления. Юмор, шок, динамика, эмоциональность, интрига, парадокс, эротизация. Сценарий «проблема-решение».
9. Специфика создания рекламного продукта для печатных СМИ Понятие жанра и его функции в рекламе. Жанры печатной рекламы: рекламное объявление, житейская история, консультация специалиста, рекламное поздравление и др. Публицистические жанры, используемые в рекламных целях: информационные; аналитические жанры; художественно-публицистические жанры.
10. Понятие журнального и газетного рекламного модуля. Виды рекламных модулей и их композиционная структура. Макет и макетирование рекламного обращения.
11. Рекламный макет. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы. Основные принципы эффективной макетированной рекламы: равновесие, доминирование, направленность движения взгляда, пропорция, когерентность, единство.
12. Телекопирайтинг. Основные требования к содержанию телевизионной рекламы. Жанровые форматы на телевидении. Телевизионный рекламный ролик как основной жанровый формат телерекламы. Виды рекламных роликов. Формат телевизионного ролика. Составляющие рекламного ролика и работа над ними копирайтера. Экспозиция, завязка, развитие сюжета, кульминация рекламного ролика, развязка. Роль пэшокота и монтажа в телерекламе.
13. Аннотация и режиссура рекламного ролика. Создание сценария телеролика и график постановки. Литературный и режиссёрский сценарий. Операторское и сценарное мастерство, разработка визуального решения (раскадровка)
14. Радиокопирайтинг. Учёт в радиокопирайтинге места рекламы в современном вещании (канал и внутренний контекст). Типы радиорекламы (журнальные, игровые, интерактивные) и формы подачи рекламы на радио. Форматы радиостанций и радиопослание: прямое, институционное, комментаторское.
15. Элементы структуры радионной рекламы. Музыкальные ролики. Создание джингла на радио. Выбор звука и музыки. Голос в рекламе. Радиоспот и сюжеты на радио. Сценарий радиоролика и его создание.
16. Качество рекламного текста как совокупность его свойств, которые отвечают общепринятым языковым правилам и нормам. Показатели, влияющие на качество рекламного текста: благозвучие, грамотность, уместное использование стилистических приёмов, читабельность и логичность. Соответствие рекламного текста этическим, эстетическим и правовым нормам.
17. Неэффективный рекламный текст. Типичные ошибки в рекламных сообщениях и способы их устранения. Редакторский анализ рекламных текстов.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский,

- М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 345 с. // ЭБС Юрайт. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/456679>
2. Луговой Д.Б. Копирайтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Луговой Д.Б.— Электрон.текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017.— 131 с.— ЭБС «IPRbooks». Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75579.html> .
 3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. // ЭБС Юрайт. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/453912>

б) дополнительная литература

1. Марусева И.В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс]: монография / И.В. Марусева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 304 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432145>
3. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.]. — Москва: Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78250.html>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Программное обеспечение

Лицензионное программное обеспечение	Реквизиты подтверждающих документов
Операционная система MSWindows 7 Pro, Операционная система MSWindows XP SP3	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3years до 30.06.2019) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года
Операционная система MS Windows 10 Education, Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years до 30.06.2019) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от01 марта 2016 года
MS Access 2007, 2010, 2013, 2016 MS Visio 2007, 2010, 2013, 2016 MS InfoPath 2007, 2010, 2013, 2016 MS OneNote 2007, 2010, 2013, 2016 MS Project 2007, 2010, 2013, 2016	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years до 30.06.2019) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от01 марта 2016 года

Интернет-ресурсы

№	Наименование ресурса	Характеристика
1.	http://www.gramota.ru	Информационный лингвистический портал, содержащий обширную лексикографическую базу.
2.	http://www.iprbookshop.ru	Электронно-библиотечная система IPRbooks – научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks

		объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу.
3.	ЭБС ЮРАЙТ https://www.biblio-online.ru/	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.
4.	http://www.philology.ru	Русский филологический портал, на котором представлена информация, касающаяся филологии как теоретической и прикладной науки. Центральным разделом портала является библиотека филологических текстов (монографий, статей, методических пособий).

г) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Адрес	Название, краткая характеристика
1	http://duma.gov.ru	Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации
2	https://minobrnauki.gov.ru/	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
3	http://fgosvo.ru/	Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.
4	http://www.edu.ru/index.php	Российское образование. Федеральный портал
5	http://window.edu.ru	Единое окно доступа к образовательным ресурсам
6	http://pravo.fso.gov.ru/	Официальный интернет-портал правовой информации Государственная система правовой информации
7	https://www.consultant.ru/	База данных законодательства РФ «Консультант Плюс»: кодексы, законы, указы, постановления Правительства РФ
8	http://www.gosuslugi.ru	Госуслуги. Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)
9	http://old.infosport.ru/xml/t/default.xml	Национальная информационная сеть «Спортивная Россия».
10	https://polpred.com/news	Polpred.com . Обзор СМИ. В рубрикаторе 53 отрасли, 600 источников, 8 федеральных округов РФ, 235 стран и территорий, статьи и интервью 17000 первых лиц. Ежедневно тысячи новостей, полный текст на русском языке.
11	https://scholar.google.ru/	Google Scholar —поисковая система по полным текстам научных публикаций всех форматов и дисциплин.
12	https://elibrary.ru/	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования
13	https://www.runnet.ru	RUNNet (Russian UNiversity Network) - научно-

№	Адрес	Название, краткая характеристика
		образовательная телекоммуникационная сеть, обеспечивающая интеграцию с зарубежными научно-образовательными сетями (National Research and Education Networks, NREN) и с Интернет.
14	http://www.ruscorpora.ru	Национальный корпус русского языка. Информационно-справочная система, основанная на собрании русских текстов в электронной форме
15	http://www.humanities.edu.ru/	Федеральный портал "Социально-гуманитарное и политологическое образование" -
16	http://neicon.ru	Полнотекстовый архив ведущих западных научных журналов на российской платформе Национального электронно-информационного консорциума (НЭИКОН)
17	https://uisrussia.msu.ru/	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ).
18	http://www.philosophy.ru/	Философский портал. Стэнфордская философская энциклопедия
19	http://www.mathnet.ru/	Общероссийский математический портал Math-Net.Ru
20	http://www.culture.mchs.gov.ru	Культура безопасности жизнедеятельности - портал Министерства РФ по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий.
21	http://www.ict.edu.ru/about	Информационно-коммуникационные технологии в образовании - федеральный образовательный портал.
22	http://ecsocman.hse.ru	Экономика. Социология. Менеджмент. Федеральный образовательный портал
23	http://conflictmanagement.ru/	Московская школа конфликтологии. Сайт для профессионалов-конфликтологов.
24	http://gramota.ru/	Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех
25	https://www.raso.ru/	Российская Ассоциация по Связям с Обществом. Официальный сайт. .
26	http://www.advi.ru	Российский журнал «Рекламные идеи» Ресурс включает новейшие разработки в области брэндинга (создания и продвижения на рынок торговых марок) и креатива.
27	http://www.soob.ru	Специализированный журнал «Со-Общение» специализированный журнал об интеллектуальном бизнесе и гуманитарных технологиях.
28	http://www.outdoor.ru/	Специализированный портал Outdoor.ru Профессиональный отраслевой ресурс «Outdoor Media» посвящен индустрии рекламы, содержит

№	Адрес	Название, краткая характеристика
		тематические информационно-образовательные данные.
29	http://www.ict.edu.ru/	Федеральный портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании"
30	http://www.marketing.spb.ru/	Энциклопедия маркетинга. Статьи, эссе, электронные версии профессиональной литературы, материалы конференций и семинаров
31	http://www.rwr.ru/	Реклама в России. Информационный портал сожаций информацию о законодательстве в области рекламы. Новые идеи и решения, рубрики "Наружная реклама", "Реклама в прессе", "Public Relations", "Медиапланирование", "Электронные СМИ", "Маркетинг", Наружная реклама" и пр.
32	http://www.ruscorpora.ru	Национальный корпус русского языка. Информационно-справочная система, основанная на собрании русских текстов в электронной форме
33	http://www.advertme.ru/	AdvertMe. Рекламный портал. Специализированный интернет-проект содержащий информацию о рекламном бизнесе, рг, брендинге, маркетинге и менеджменте
34	http://rusexpert.ru/	ГЛЭДИС сайт гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам Сайт ведущего экспертного центра РФ, выполняющего экспертизы в том числе по рекламным и пиар-материалам. Информация о методиках проведения лингвистических экспертиз, образцы экспертных документов.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер – и учебно-наглядные пособия (тестовые задания).

В университете имеются помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.

