

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/  
(Ф.И.О. декана (директора института))

01.03.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

М.1.1.5 Технология и практика копирайтинга

*(код и наименование дисциплины по учебному плану)*

Направление подготовки  
(специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Магистр

*(бакалавр/магистр/специалист)*

Программа магистратуры

Реклама и связи с общественностью в государственных,  
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 1  
Семестр 1, 2

**Распределение учебного времени**

Трудоемкость по учебному плану	144 / 4	часов/зачетных единиц
Лекции	2	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	4	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	6	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	138	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	2	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина  
Кафедра социальных наук и технологий

02.02.2023	протокол №	4	(наименование кафедры)
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)  
кафедрой(ами).  
СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит  
выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 06.03.2023 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

## Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационные коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	<b>знания:</b> знает тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности <b>умения:</b> умеет отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности <b>навыки:</b> владеет навыками анализа глобальных тенденций модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
	ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	<b>знания:</b> знает современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение <b>умения:</b> умеет отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение <b>навыки:</b> владеет навыками отбора и внедрения в профессиональную деятельность современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения

## Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих практиках: Производственная практика. Профессионально-творческая практика (ОПК-6), Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-6); государственной итоговой аттестации в форме: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-6)

## Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии,

реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: задания, классическая лекция, проблемная лекция, ролевая игра

#### Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 1 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Медиапроизводство рекламного текста</b>	<b>72</b>	ОПК-6
Лекция. Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей. Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персона-жей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозговой атаки» А. Осборна и др. Понятие «рекламный текст». Основные элементы рекламного текста. Логотип и слоган. Заголовок. Основной рекламный текст (ОРТ). Заключительная фраза (кода). Виды заголовков (информативные, побудительные, вопросительные). Структура ОРТ. Аргументация и иллюстрация в ОРТ. Принцип строения коды и эхо-фраза. Взаимосвязь вербальных и визуальных элементов рекламного текста. Классификация рекламных текстов.	2	
Практическое занятие. Сущность понятия «нейминг». Направления нейминга и типология названий. Основные этапы разработки названия для компании, товара, услуги. Методы разработки. Рекламный слоган: суть и типология. Афористичность и философичность как важные признаки «хорошего» слогана. Художественные приемы создания слоганов. Структура брифа. Понятие целевой аудитории. Роль ее изучения в деятельности копирайтера Цели и задачи. Понятие инсайта. Основное рекламное сообщение. Рекламная идея и художественный образ. Разработка креативной концепции на основе брифа. Креативная концепция: визуальное и вербальное воплощение.	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Понятие «рекламный формат» и его роль в копирайтинге. Основные форматы рекламы в прессе и их характеристика. Основные форматы печатной рекламы и их характеристика. Основные форматы рекламы на телевидении и их характеристика. Основные форматы рекламы на радио и их характеристика. Особенности рекламных форматов в Интернете.	68	
Иная контактная работа:	0	

##### 2 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Медиапроизводство рг-текста</b>	<b>72</b>	ОПК-6
Практическое занятие. Переговорная коммуникация и спичрайтинг Правила создания инфоповодов и форматы контента Работа пресс-службы с критическими материалами средств массовой информации	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Правила составления деловых писем Требования к написанию пресс-релиза Сотрудничество со спонсорами Мотивация спонсоров и правила составления коммерческого предложения для спонсора	70	
Иная контактная работа:	0	

## Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины Технология и практика копирайтинга рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

**Занятия лекционного типа** дают систематизированные знания по дисциплине Технология и практика копирайтинга, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации.

Подготовка к занятиям **семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины Технология и практика копирайтинга.

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины Технология и практика копирайтинга, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины Технология и практика копирайтинга, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Изучение дисциплины Технология и практика копирайтинга включает написание эссе и выполнение контрольных работ.

Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Условия аттестации приведены в технологической карте, входящей в состав рабочей программы дисциплины Технология и практика копирайтинга. Формой промежуточной аттестации по дисциплине Технология и практика копирайтинга является балльно-рейтинговый контроль.

## Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
<b>УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ</b>		
1.	Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] : научное издание / П. А. Кузнецов. 2-е: Дашков и К, 2018. - 131 с. ISBN 978-5-394-02789-5.	<a href="https://e.lanbook.com/book/103778">https://e.lanbook.com/book/103778</a>
2.	Совершенствование технологий и инструментов в развитии бизнеса: сборник научно-исследовательских работ [Электронный ресурс] : материалы временных коллективов: Дашков и К, 2017. - 141 с. ISBN 978-5-394-02818-2.	<a href="https://e.lanbook.com/book/94041">https://e.lanbook.com/book/94041</a>
3.	Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. Москва: Дашков и К, 2016. - 512 с. ISBN 978-5-394-02549-5.	<a href="http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70661">http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70661</a>

## 6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	430 (I)	Телевизор Samsung 21 K3 (1), Экран на штативе 180*180см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

## Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);

- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.  
Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

#### 7.1. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

1. Укажите слоган, в котором используется прием манипулирования «картина мира»:

- а) Ресторан «Дрова». Съешь, сколько сможешь!
- б) Пиво Patra: Жизнь прекрасна, пока прыгает пробка
- в) «Наша рыба прилетает только 1-ым классом» (Ресторан Sirena)
- г) «Хороший ресторан всегда на плаву» (плавающий ресторан New Island)

2. Укажите слоган, в котором не используется прием манипулирования «социальная установка»:

- а) «Наша рыба прилетает только 1-ым классом» (Ресторан Sirena);
- б) «Часы Patek Philippe служат не только Вам: с ними Вы передаете свой неповторимый стиль следующему поколению. Начни свою традицию»;

в) «Часы Rolex не пытаются изменить мир. Это делают те, кто их носят».

г) Слоган пивного ресторана «7 крон»: «Воду не пить!»;

3. Укажите слоган, в котором не используется прием манипулирования «национальные архетипы»:

а) «Войдите в историю» (ресторан «Красная Площадь, дом 1», Москва);

б) «Хороший ресторан всегда на плаву» (плавучий ресторан New Island);

в) «Для тех, кто в шоколаде» (ресторан «Грильяж»).

Г) «Если рыба свежее, чем у нас, то она плавает!» (ресторан «Икра»)

4. Укажите слоган, в котором используется художественный прием «сравнение»:

а) Ресторан «Дрова». Съешь, сколько сможешь!

Б) «Если рыба свежее, чем у нас, то она плавает!» (ресторан «Икра»)

в) Ресторан «Скандинавия». Вкус Швеции – вкус хорошей жизни

г) Слоган пивного ресторана «7 крон»: «Воду не пить!»;

5. Укажите слоган, в котором используется художественный прием «эпитет»:

а) Пиво «Бизон». Крепкое пиво для крепких парней;

б) Слоган пивного ресторана «7 крон»: «Воду не пить!»;

в) Заголовок рекламы средства против облысения: «Вы когда-нибудь видели лысую овцу?»;

г) Слоган кафе «Амадеус»: «У нас не отравят! Сальери»;

6. Укажите слоган, в котором используется художественный прием «парафраз» – замена одного из слов фразеологизма

А) "Напиток Bravo: граждане России имеют Bravo на отдых и Bravo на труд"

Б) "Вольному – Вольво"

В) И Кензо создало человека

Г) Плохие новости для птеродактилей. GENERIS их выводит в дигитальную эру.

7. Укажите слоган, в котором используется художественный прием «парафраз» – замена одного из слов фразеологизма

А) Помоги себе сам, и КОНТРЕКС тебе поможет.

Б) ФИАТ, это я!

В) SWISSAIR Предлагает вам 18 золотых возможностей в Африке.

Г) "Вольному – Вольво"



8. Укажите слоган, в котором используется художественный прием «градация»:

А) Есть только один ВОЛЬФГАНГ АМАДЕИ МОЦАРТ. Только четыре бессмертных президента. И только 90 стипендиатов RHODES в год. Но абсолютно каждую неделю около 28 миллионов качественных взрослых зрителей смотрят А&Т большое качество в больших количествах.

Б) 1.400.000 Зрителей, 800 Матчей. 7.651 Новых мячей. И только один хронометр ROLEX WIMBLEDON.

В) Есть только семь чудес света. И только три киносеанса Джеймса Дина. Но абсолютно каждую неделю около 28 миллионов взрослых качественных зрителей смотрят А&Е»

Г) Колготки MILFAN – прозрачнее кристалла.

9. При освоении шведского рынка английская фирма "Элен Кертис" вынуждена была сменить название шампуня «Вечерний» на «Дневной». Как вы думаете, какие исследования ее к этому подтолкнули?

А) Исследования, выявляющие особенности личной гигиены шведов

Б) Исследования, выявляющие особенности личной гигиены англичан

В) часовой пояс, в котором находится Швеция

Г) часовой пояс, в котором находится Англия

10. Найдите неверное утверждение:

А) В три раза лучше запоминаются заголовки рекламных текстов, содержащие менее шести слов

Б) Статичная реклама эффективнее динамичной

В) Двух-трех различных шрифтов вполне достаточно, чтобы визуально обозначить главные и вспомогательные части в тексте

Г) Оптимальная длина строки в рекламе 5-8 см.

11. Что означает слово “Априори”?

А) категорическое несогласие с чем-либо

Б) изначально принимаемое утверждение, не требующее доказательств и подтверждения опытом

В) глупое заблуждение, которое принимает на веру большинство

Г) бездействие

12. Что означает слово “айдентика”?

А) комплекс индивидуальных элементов, повышающих узнаваемость компании

Б) автоматический поиск пользователя по id

В) наука о таянии льдов

Г) глубокое заблуждение, лживая идея

13. Что означает слово “диссонанс”?

- А) широкая известность
- Б) несоответствие
- В) очевидный обман
- Г) глубокое заблуждение, лживая идея

14. Что означает слово “коллизия”?

- А) обман зрения
- Б) смешной, потешный случай
- В) столкновение противоположных сил, интересов, стремлений
- Г) глубокое заблуждение, лживая идея

15. Что означает слово “Идея фикс”?

- А) глубокое заблуждение, лживая идея
- Б) идея, которое изначально пророчат провал
- В) некая идея, полностью поглотившая человека
- Г) безразличие

16. Синоним к слову милитаристский

- А) волнительный
- Б) средний
- В) современный
- Г) военный

17. Синоним к слову индифферентный

- А) разделенный
- Б) безразличный
- В) забывчивый
- Г) смелый

18. Синоним к слову эпатажный

- А) провокационный
- Б) низкосортный

В) нерешительный

Г) юный

19. Синоним к слову антагонистический

А) похожий

Б) ошибочный

В) скрупулезный

Г) враждебный

20. Синоним к слову эфемерный

А) паразитический

Б) завистливый

В) непрочный

Г) медицинский

21. Синоним к слову экзотерический

А) мифический

Б) запрещенный

В) общедоступный

Г) старинный

22. Синоним к слову инертный

А) бездеятельный

Б) отвергнутый

В) угнанный

Г) обновленный

23. Синоним к слову приоритетный

А) редкий

Б) первостепенный

В) узкоспециальный

Г) обманчивый

24. Синоним к слову притязательный

- А) удерживаемый
- Б) требовательный
- В) законченный
- Г) дополнительный

25. Синоним слова сумбурный

- А) беспорядочный
- Б) быстрый
- В) самостоятельный
- Г) бурлящий

26. Синоним к слову ортодоксальный

- А) глупый
- Б) непреклонный
- В) пустой
- Г) антинаучный

27. Синоним слова пресловутый

- А) уставший
- Б) нашумевший
- В) пройденный
- Г) чрезмерный

28. Синоним к слову канонический

- А) лживый
- Б) узаконенный
- В) толстый
- Г) безрассудный

29. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) Ресурсы в мире ограничены, а человеческие желания бесконечны. 2) И, поскольку всего того, что хочется, иметь невозможно, приходится выбирать. 3) Если для производства какого-либо одного товара мы используем труд, станки, природные ресурсы, это вынуждает отказываться от других товаров, которые могли бы быть произведены в иной ситуации. 4) Этот выбор в рыночной экономике осуществляют потребительский спрос и издержки производства.

- 1 ошибка в предложении 1 «ограничены»
- 2 ошибка в предложении 2 «хочется»
- 3 ошибка в предложении 3 «отказываться»
- 4 ошибка в предложении 4 «потребительский»

30. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) Если эта статистика удивляет вас, то, скорее всего, потому, что многие люди просто притворяются экстравертами. 2) Интроверт от природы может весьма успешно скрывать свое настоящее лицо на детской площадке, в школьной раздевалке или офисном коридоре. 3) Некоторые преуспевают даже в самообмане, по крайней мере, до наступления определенного момента в жизни – увольнения, стадии «опустившего гнезда» или получения неожиданного наследства, – который позволяет им жить так, как они всегда хотели и открывает глаза на их истинную сущность. 4) Попробуйте-ка поднять эту тему в разговоре с друзьями и знакомыми, и вы с удивлением обнаружите, что многие люди, по их собственному признанию, считают себя интровертами, несмотря на разительное отличие их поведения от ваших стереотипных представлений.

- 1 ошибка в предложении 1 «притворяются»
- 2 ошибка в предложении 2 «офисном»
- 3 ошибка в предложении 3 «опустившего гнезда»
- 4 ошибка в предложении 4 «разительное»

31. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) Также существовал еще один интересный вид аутсорсинга программного обеспечения, которым занимались в основном наши бывшие соотечественники, открывавшие на новом месте жительства IT-фирмы. 2) Дело в том, что у многих корпораций существует вид программных разработок, который называется proof of concept – проверка концепции. 3) Он относится к проектам, результат которых трудно предсказать, – например, к переводу какой-нибудь старой экономической системы на современные языки программирования. 4) Денег на подобные задачи отводится меньше, чем на более предсказуемые разработки, из-за чего западные программисты отказываются участвовать в подобных проектах.

- 1 ошибка в предложении 1 «программного»
- 2 ошибка в предложении 2 «корпораций»
- 3 ошибка в предложении 3 «программирования»
- 4 ошибка в предложении 4 «участвовать»

32. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) И нигде это не оказывает большего воздействия, чем в рабочей обстановке. 2) Наши сослуживцы, начальники, подчинённые и клиенты дают нам богатейший материал для обидных прозвищ, независимо от того, говорим мы об этом вслух или нет. 3) Вот ваш коллега, работающий по соседству и имеющий привычку влетать в ваш офис, едва у него появится какая-то мысль, причём ему все равно, как вы относитесь к таким вторжениям, – болтун, да и только. 4) А один из клиентов, который неизменно дважды перечитает каждое слово в договоре – чем не придира !

- 1 ошибка в предложении 1 «воздействия»
- 2 ошибка в предложении 2 «богатейший»
- 3 ошибка в предложении 3 «относетесь»
- 4 ошибка в предложении 4 «неизменно»

33. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) Это было разочаровывающее завершение карьеры Уэлча. 2) Впоследствии Уэлч комментировал это с характерной для него прямоотой: «General Electric была великой компанией до этой сделки. 3) Она остается великой компанией после нее. 4) Могло бы быть лучше, если бы нам все удалось. 5) Но стоит ли жалеть об этом?

- 1 ошибка в предложении 1 «разочаровывающие»
- 2 ошибка в предложении 2 «комментировал»
- 3 ошибка в предложении 3 «компанией»
- 4 ошибка в предложении 4 «остается»
- 5 ошибка в предложении 5 «жалеть»

34. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) Процесс введения информации в базы книг и видео был весьма увлекательным. 2) Мало создать правильную архитектуру информационной базы – нужно ее правильно и качественно наполнить! 3) Поэтому к наполнению базы подошли со всей ответственностью. 4) Было решено, что контент должен быть не только справочным, но и наглядным, интересным. 5) Поэтому, например, почти для каждого добавляемого фильма базы видео силами участников проекта делались демонстрационные ролики, снимались характерные кадры.

- 1 ошибка в предложении 1 «увлекательным»
- 2 ошибка в предложении 2 «информационной»
- 3 ошибка в предложении 3 «ответственностью»
- 4 ошибка в предложении 4 «контент»
- 5 ошибка в предложении 5 «демонстрационные»

35. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) И это не плод большой фантазии бывших сотрудников спецслужб. 2) На благополучном Западе структуры экономической разведки активно поддерживаются на уровне правительств. 3) Так, например, правительство Японии еще в 1957 году организовало Японский научно-технологический информационный центр, который ежегодно анализирует 11 000 журналов, в том числе 7 000 зарубежных, 15 000 технических отчетов и докладов. 4) Данный центр рассылает по японским банкам и корпорациям более 500 000 своих резюме.

- 1 ошибка в предложении 1 «фантазии»
- 2 ошибка в предложении 2 «поддерживаются»
- 3 ошибка в предложении 3 «анализирует»

4 ошибка в предложении 4 «рассылает»

36. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) В ходе исследования будет показано, что наше общество уже в течении долгого времени вступает в новый переходный период, теперь уже от азиатского социализма к капитализму.  
2) Сейчас трудно сказать, сколько времени продлится этот период и к какому состоянию приведет он наше общество. 3) Это будет зависеть от многих внутренних и внешних факторов, но одно ясно, что он не будет легким и быстротечным, займет целую историческую полосу. 4) Конечный успех переходного периода во многом будет зависеть от деятельности государства.

1 ошибка в предложении 1 «в течении»

2 ошибка в предложении 2 «приведет»

3 ошибка в предложении 3 «быстротечным»

4 ошибка в предложении 4 «зависеть»

37. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) Когда Кирилл и Мефодий переводили Библию с греческого, им пришлось изобрести специальный алфавит. 2) И этим дело не ограничилось: для многих понятий пришлось заимствовать греческие слова. 3) Я не преравниваю наш коллектив к коллективу переводчиков Библии, но задачи оказались схожи. 4) Для множества фигурирующих в книге Гейтса понятий в русском языке еще нет устоявшихся терминов, и мы оказались вынуждены взять на себя подбор тех или иных вариантов. 5) Связанные с этим неизбежные компромиссы наверняка вызовут неоднозначную реакцию читателей.

1 ошибка в имени Кирилл

2 ошибка в слове «заимствовать»

3 ошибка в слове «преравниваю»

4 ошибка в слове «фигурирующих»

5 ошибка в слове «компромиссы»

38. Проверьте текст на наличие ошибок:

1) Так же очень важным является то, что рекламу невозможно будет возродить к жизни, если каждый человек, участвующий в процессе рекламирования, не поймет, что наряду с самой рекламой изменились также его роли и обязанности. 2) Обычно компании перекладывают ответственность за то, что они называют маркетингом, на плечи рекламных агентств. 3) Они позволяют агентству разрабатывать стратегию рекламы и осуществлять ее. 4) Когда дело касается новой компании или новой марки, такой подход прекрасно себя оправдывает.

1 также пишется слитно

2 ошибка в слове «ответственность»

3 ошибка в слове «агентству»

4 ошибка в слове «прекрасно»

39. Синоним слова экстраверт

- А) порядочный
- Б) медленный
- В) самостоятельный
- Г) открытый

40. Синоним слова интроверт

- А) беспорядочный
- Б) быстрый
- В) самостоятельный
- Г) закрытый

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Копирайтинг как учебная дисциплина.

Особенности личности копирайтера.

Креативность как творческий процесс.

Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта.

Структура рекламного текста.

Создание слоганов и нейминг в деятельности копирайтера

Работа копирайтера с брифом.

Рекламные форматы в деятельности копирайтера