


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Декан исторического факультета



Р.М. Фролов

17 мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
«Научное и литературное редактирование и копирайтинг»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения
очная

Программа рассмотрена
на заседании кафедры
от «21» апреля 2022 года, протокол № 5

Программа одобрена НМК
исторического факультета
протокол № 2 от «22» апреля 2022 года

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины – обеспечить приобретение знаний и умений бакалавров рекламы и связей с общественностью в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом. Изучение научного и литературного редактирования содействует фундаментализации и гуманизации образования, формированию представлений о методах и формах редактирования у бакалавров, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью.

Главной задачей дисциплины является формирование у бакалавров представления о научном и литературном редактировании, что является неотъемлемым элементом профессиональной подготовки бакалавров.

Другими задачами являются:

- освоение студентами знаний об истории книгоиздательства и редакционно-издательской деятельности в России;
- формирование у студентов понимания научного и литературного редактирования как области, требующей глубоких знаний и практических навыков;
- развитие творческого инновационного подхода к редактированию;
- приобретение практических навыков и умений по составлению пресс-релизов;
- освоение специальных приемов, техник и тактик, позволяющих составить грамотный рекламный текст;
- изучение копирайтинга.

Дисциплина «Научное и литературное редактирование и копирайтинг» показывает место научного и литературного редактирования в работе бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»; историю научного и литературного редактирования в России; раскрывает влияние социально-экономических, идейно-политических и эстетических факторов на редактирование.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Научное и литературное редактирование и копирайтинг» относится к модулям/дисциплинам подготовки по общей направленности/профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплина базируется на знаниях, полученных на 1-3-ем курсах, и преподается на 4-ом курсе. В освоении данного курса бакалавры опираются на знания и навыки, полученные ими при изучении других учебных дисциплин, в частности, «Современный русский язык», «Теория и практика зарубежных массмедиа», «Теория и практика отечественных массмедиа». Успешное освоение данной дисциплины содействует написанию выпускной работы бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у бакалавров умения логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; стремления к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; для овладения основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, а также навыками работы с рекламными текстами. Помимо этого, в процессе изучения дисциплины бакалавр осваивает приемы убеждения, укрепляет базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, овладевает навыками литературного редактирования и копирайтинга. Это дает обучающемуся возможность в сфере профессиональной деятельности организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Универсальные компетенции		
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИД_УК-4.3. Умеет грамотно вести устные деловые разговоры на государственном языке, выбирая коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.	Знать: - основные стили устного и письменного делового общения; - стили рекламных текстов для разных целевых аудиторий; Уметь: - выстраивать эффективные коммуникации; - составлять и редактировать рекламные тексты; - видеть речевые и стилистические ошибки в рекламных текстах; Владеть: - навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; - навыками литературного редактирования и копирайтинга.
	ИД_УК-4.6. Грамотно строит коммуникацию, исходя из целей и ситуации; использует коммуникативно приемлемые стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.	Знать: - основные понятия в научном и литературном редактировании; - основные этапы создания рекламного текст/ медиа текста; Уметь: - работать с текстами и медиатекстами; - составлять и редактировать рекламные тексты; Владеть: - навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; - навыками литературного редактирования и копирайтинга.
Профессиональные компетенции		
ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с составленными	ИД_ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Знать: - основные этапы построения рекламных кампаний; - основные правила составления продающих текстов; - основные законы таргетированной рекламы; - основные правила имиджевой

проблемами, целями и задачами.		рекламы; Уметь: - работать с рекламными и продающими текстами; - уметь составлять рекламные тексты; - редактировать рекламные тексты; Владеть: - навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; - навыками литературного редактирования и копирайтинга.
--------------------------------	--	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам) Формы ЭО и ДОТ (при наличии)
			Контактная работа					самостоятельная работа	
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационные испытания		
1	Тема 1. Предмет и задачи изучения дисциплины «Научное и литературное редактирование и копирайтинг»	7	2	4		1		13	
2	Тема 2. История научного и литературного редактирования в России	7	3	6		1		15	Реферат
3	Тема 3. Научное редактирование	7	3	6		1		15	
4	Тема 4. Формы подачи материала и научно-справочный аппарат в научной работе	7	3	6		1		15	
5	Тема 5. Литературное редактирование. Современные тенденции развития	7	3	6		1		15	Тестирование

	языка								
6	Тема 6. Копирайтинг	7	3	6				15	
						2	0,5	33,5	Экзамен
	ИТОГО		17	34		7	0,5	121,5	180

Содержание разделов дисциплины:

Тема 1. Предмет и задачи изучения дисциплины «Научное и литературное редактирование и копирайтинг»: место научного и литературного редактирования в работе бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Предмет дисциплины «Научное и литературное редактирование». Социальные факторы, влияющие на развитие русского языка. Тенденции развития современного русского языка. Основные понятия в научном и литературном редактировании. Научный и литературный редактор, научное и литературное редактирование. Художественное редактирование. Методы изучения научного и литературного редактирования. Два направления в подготовке издания – авторское и редакторское. Разграничение обязанностей научного и литературного редактора при подготовке к изданию научной и справочной литературы по различным отраслям знания. Характеристика основной учебной литературы по дисциплине. Всероссийская книжная палата. Институт научной информации по общественным наукам РАН. Основные издания ИНИОН. Копирайтинг.

Тема 2. История научного и литературного редактирования в России: процесс зарождения, становления и развития редактирования как самостоятельной сферы деятельности. Иван Федоров и начало процесса книгопечатания. Издательская практика XVII – XVIII веков. Осознание самостоятельности труда редактора, разработка подходов к обоснованию специфики его работы в XIX столетии. Редакционно-издательская деятельность декабристов и А. С. Пушкина. Редакторская работа В. Г. Короленко и А. П. Чехова. Влияние на развитие редактирования деятелей отечественной культуры В. Г. Белинского, Н. А. Некрасова, М. Е. Салтыкова-Щедрина, А. И. Герцена и др. Влияние цензуры на книгоиздание и редактирование в XIX – начале XX вв. Деятельность «Товарищества И. Д. Сытина и К°», издательства «Знание» и других книжных изданий. Становление и развитие различных типов и видов изданий. Отдельные издания, альманахи, «толстые» журналы, собрания сочинений. Повышение требований к художественному редактору в книгоиздании. Обоснование требований к произведениям определенных видов литературы. Выпуск энциклопедических изданий. Издательство Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона, издательство А. Н. и И. Н. Гранат. Научное и литературное редактирование в 1917 – 1991 гг. Редакторы, издатели, литераторы. Их права и обязанности. Формы и методы редактирования. Критерии оценки произведений литературы. Требования к изданиям. Специфика редакционно-издательского процесса в советский и современный период. Изменения в книгоиздательстве и редакторской деятельности в период «перестройки» и на рубеже XX – XXI вв. Современный отечественный книжный рынок.

Тема 3. Научное редактирование: влияние социально-экономических и идейно-политических факторов на научное редактирование. Особенности редакторского анализа содержания и структуры произведения научной литературы. Русский язык и практическая стилистика в научном редактировании. Редактирование общественно-политической литературы. Языковая логика. Приемы логического анализа научного и общественно-политического текста. Формирование логической культуры редактора. Пределы вмешательства редактора в авторское повествование. Сочетание профессиональных (деятельностных) моментов и знания литературного языка при научном редактировании. Смысловая оценка соответствия содержания целевому назначению произведения научного профиля. Три структуры редакторского анализа для научного текста: по

единицам текста, по целям аналитических действий при оценке рукописи и ее улучшении, по сторонам качества. Оценка качества содержания по критериям: фактологическому, специально-предметному, функциональному. Критерий научности: верность методологическим позициям; правильность сообщаемых фактов и выводов, соответствия их новейшим достижениям мировой науки; новизна предлагаемых идей, перспективность мышления и трезвый реализм рекомендаций. Смысловая оценка форм подачи фактического материала. Электронные издательские технологии. Значение научного редактирования в высшей школе и профессиональной деятельности бакалавров рекламы и связей с общественностью.

Тема 4. Формы подачи материала и научно-справочный аппарат в научной работе: общая характеристика аппарата книги и его составных частей. Предисловие и послесловие. Вступительная статья и её особенности как разновидности предисловия. Особенности прикижной аннотации и задачи редактора при работе над ней. Комментарии и примечания, их сходства и отличия. Разновидности комментария и редактирование их. Указатели, их типы по содержанию, по способу группировки материала, по структуре выделяемых рубрик. Редактирование указателей. Оглавление и содержание. Их особенности, работа редактора над ними. Выходные сведения. Их элементы и редактирование. Библиографический аппарат. Разновидности ссылок и особенности их использования. Порядок составления списка использованной литературы. Схема библиографического описания. Курсовые работы, выпускные работы бакалавров, научные статьи, диссертации, монографии. Формы подачи материала, характерные для научной литературы: текст, цитаты, таблицы, формулы, иллюстрации. Статистический материал, даты, фамилии, географические названия, правила, положения, тезисы. Оформление библиографического аппарата в научной работе. Оформление реферата в научной работе. Список сокращений. Типы библиографических ссылок: внутритекстовые, затекстовые, подстрочные. Составление списка использованных источников и литературы: основные разделы, их структура.

Тема 5. Литературное редактирование: современные тенденции развития языка художественной литературы. Сближение литературного языка с народным, демократизация языка. Взаимодействие стилей литературного языка. Тенденция к «экономии» языковых средств в речи. Тенденция к единообразию и упрощению отдельных форм и конструкции. Усиление аналитических элементов в системе языка. Разные аспекты редакторского подхода к рукописи: методика редакторского анализа и виды правки, способы изложения и работа над композицией рукописи и др. Микроредактирование (на уровне слова и словосочетания) и макроредактирование (на уровне фрагмента или всего текста). Редактор и литературный процесс. Проблема авторской индивидуальности при литературном редактировании. Текстовые ошибки. Ошибки восприятия. Ошибки памяти. Ошибки мышления. Ошибки вербализации. Корректурa и виды литературных правок. Языково-стилистические аспекты художественного текста. Развитие редакторского знания в процессе издания художественной литературы. Критерии редакторской оценки произведений литературы, общие подходы к анализу произведений художественной, научно-популярной, научной и справочной литературы. Теория редактирования научно-популярной литературы.

Тема 6. Копирайтинг: копирайтинг как профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов. Виды копирайтинга. Копирайтинг прямого отклика. Имиджевый копирайтинг. Информационный копирайтинг.

Профессия копирайтера. Копирайтинг (англ. copywriting от copy – рукопись, текстовый материал + write – писать) – профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов. Таковыми можно считать все тексты, которые прямым или косвенным образом рекламируют или популяризуют товар, компанию, услугу, человека или идею.

Специалистов, которые занимаются копирайтингом, называют копирайтерами.

В английском языке слово «копирайтинг» является неологизмом и в словарях не представлено. «Копирайтер» (copywriter) трактуется как «писатель рекламных и пропагандистских текстов» (a writer of advertising or publicity copy).

«Копирайтинг» не следует путать с копирайтом – правом на копирование, авторским правом. Термин «копирайт» (англ. copyright) также пришел из английского языка, но у него совершенно другое смысловое значение.

CopyWrite – готовый, уже написанный текст.

CopyRight – авторское право.

Оба слова пишутся по-разному, но произносятся одинаково – копирайт. Таким образом, в русском языке появилось новое слово-омоним, имеющее два разных значения. Чтобы не путаться, специалисты сферы копирайтинга решили использовать вместо копирайт термин копирайтинг. Однако есть специалисты, которые считают, что нет никаких правил, запрещающих использование более короткого варианта.

В современной трактовке под копирайтингом также понимают написание текстов для веб-сайтов или даже любое написание текстов на заказ. Такое употребление слова не отражено в словарях и является неточным, хотя и часто встречающимся. Перетекание смысла связано с тем, что в русском языке отсутствует словарный аналог термина "website content writer" – наиболее распространенная калька – "вебрайтер".

Под информационным копирайтингом, в частности, web-копирайтингом в первую очередь подразумевается написание оригинальных авторских текстов – обзоров, аналитики, описаний товаров и услуг. В этом смысле он перекликается с журналистикой с одной стороны и копирайтингом прямого отклика – с другой.

Виды копирайтинга.

Условно копирайтинг можно разделить на три основные группы.

Продающий текст. Данный вид копирайтинга, как правило, пишут в коммерческих целях для Интернет-магазинов или сервисов. Копирайтинг такого вида, зачастую провоцирует к покупке товара или заказа услуги. Объем текстов, зачастую небольшой, однако каждая фраза имеет огромное значение. Многие профессионалы, продающий текст – называют целым искусством. Для этого пишут даже книги и открывают курсы, причём не зря. Дело в том, что подобному «искусству» и вправду очень сложно обучиться, ведь нужно понимать психологию человека и иметь богатый словарный запас, не говоря уже о полном понимании того, о чём собираешься писать. Поэтому за подобную работу не берутся новички (да, и заказчикам советуем отдавать задание только профессионалам). Однако цена за продающий копирайтинг самая высокая (может достигать 20 долларов за одну тысячу знаков).

Имиджевый копирайтинг. Такой вид текстов, также довольно дорогой для заказчика и достаточно сложный для исполнителя. В нём есть те же «подводные камни», что в продающих статьях – требуется много времени на вникание в тему, создание правильной стилистики и подаче пользователю Имиджевый копирайтинг создается для формирования нужного мнения о бренде, торговой марки, компании или отдельной личности. Создавая такие тексты, автору нужно быть предельно осторожным, а заказчику очень внимательным, так как каждое предложение, фраза или даже слово способно нанести непоправимые последствия на весь созданный ранее имидж.

SEO-копирайтинг. SEO-копирайтинг – это информационная статья, написанная на конкретную тему с заданными ключевыми словами, которые должны не только встречаться в тексте в разных вариациях, но и быть раскрытыми в смысловом значении. Естественно, эти тексты и оплачиваются не так хорошо, как возможно хотелось бы.

Тема 7. Искусство написания пресс-релиза: пресс-релиз, один из основных PR-документов играет ключевую роль в процессе донесения информации до представителей прессы. Пресс-релизы появились в начале прошлого века. Сегодня есть мнение, что в современном Public Relations для пресс-релиза места нет, однако эта форма подачи

информации и коммуникации остается важной составляющей в рамках связей с общественностью.

О том, как написать хороший пресс-релиз, существуют целые книги. Но основы можно изложить в нескольких советах, а мастерство приходит только с опытом, с десятками, а то и сотнями написанных и не один раз отредактированных текстов.

Тем не менее, искусство написания хорошего пресс-релиза остается востребованным, как на нашем рынке, так и за океаном: мы ведь хотим, чтобы новости были опубликованы!

Цель любого пресс-релиза состоит в том, чтобы оперативно привлечь внимание журналистов, выделившись из потока сообщений электронной почты и всевозможных рассылок, которые они получают постоянно, и сделать это нужно с помощью материала, который заслуживает того, чтобы попасть в печать. Учитывая современные потоки информации, реализовать это сложно, но возможно.

Сначала необходимо определить, правильно ли была выбрана тема сообщения. Не секрет, что пресс-релиз рождается из конкретной идеи, цели. Из идеи вырастает тема. Тема в рамках одного пресс релиза не должна пересекаться с другими темами, не должна перетекать из одной в другую. При этом тема должна раскрываться как можно более емко, кратко и ясно.

Еще на стадии продумывания возможного информационного повода следует задать себе вопрос: кому будет интересна эта новость, кто из журналистов заинтересуется ее появлением, кому из них она может быть чем-то полезна. Если в информационном пространстве уже существуют похожие темы, следует внимательно к ним приглядеться, чтобы понять, как лучше «подать» появившуюся тему, чтобы с наибольшей вероятностью заинтересовать вашей информацией не только представителей СМИ, но и широкую общественность, партнеров, заказчиков и инвесторов компании.

Желательно, чтобы ваша «история» легко воспринималась. Хорошо и быстро читаемый пресс-релиз – одно из правил для попадания в поле внимания журналиста. Конечно, многие из них предъявляют весьма высокие, а порой и специфические требования: одни любят, когда пересылаемая им информация является строго персонифицированной, другие предпочитают, чтобы она располагалась на половине листа А4, третьи не терпят прямых ссылок и отправляют в корзину те пресс-релизы, которые не имеют гиперссылок, четвертые предпочитают тратить не более тридцати секунд, чтобы ознакомиться с содержанием текста. Так или иначе, перед отправкой новостного релиза следует уделить особое внимание оптимизации его структуры: проверке наличия заголовка, блока информации о компании и контактных данных пресс-службы, правильному расположению структурных частей, сверке фактических данных и цитат. И, конечно же, перед отправкой пресс-релиза следует убедиться, что в нем отсутствуют стилистические, грамматические и другие ошибки.

При написании пресс-релиза не стоит прибегать к стандартным конструкциям, фразам и каким бы то ни было шаблонам. Поставьте себя на место журналиста, который получает десятый релиз подряд, начинающийся фразой: «Компания..., лидер на рынке...заключила договор о...». Наверное, дальше можно не пояснять.

Тема 8. Роль заголовка в рекламных и пиар текстах. Роль заголовка в медиа-текстах: хороший заголовок удержит внимание читателя, и позволит ему добраться до сути вашего материала. Хороший заголовок – короткий, броский, понятный – в общем, говорящий о самом важном аспекте вашего текста. Существуют определенные приемы составления удачных заголовков, и ими возможно овладеть при практической работе.

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Вводная лекция – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. Дается краткий обзор курса, история развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

Академическая лекция с элементами лекции-беседы – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Элементы лекции-беседы обеспечивают контакт преподавателя с аудиторией, что позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным темам дисциплины, активно вовлекать их в учебный процесс, контролировать темп изложения учебного материала в зависимости от уровня его восприятия.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по закреплению полученных на лекции знаний.

В преподавании курса могут использоваться активные и интерактивные технологии проведения занятий в сочетании с активной внеаудиторной работой: знакомство с современными СМИ, посещение редакций ярославских СМИ. На занятиях допустимо применение ролевых игр, в которых студенты играют роль репортеров, журналистов, редакторов, рекламодателей и читателей.

Консультации – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

Электронный учебный курс в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- осуществляется проведение отдельных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов;
- представлены тексты лекций по отдельным темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- имеется список вопросов для проведения промежуточной аттестации.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- издательская система LaTeX;
- Adobe Acrobat Reader.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»
http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php
- научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://elibrary.ru>).

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Ваганова И. В., Марасанова В.М. Научное и литературное редактирование и копирайтинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие. Ярославль: ЯрГУ, 2016. 47 с. // Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ. URL: <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20160109.pdf>
2. Голуб И. Б. Литературное редактирование: учебник и практикум для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2021. 397 с. // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/469458>.

б) дополнительная литература:

1. Руженцева Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2012. 180 с. 10 экз.
2. Сбитнева А. А. Литературное редактирование: история, теория, практика: учебное пособие. 2-е изд. М.: Флинта; Наука, 2011. 208 с. 10 экз.
3. Былинский К. И. Литературное редактирование: учеб. пособие для вузов. 3-е изд., испр. и доп. М.: Флинта, 2011. 393 с. 10 экз.
4. Стилистика и литературное редактирование: учебник для академического бакалавриата: в 2 т / под ред. Л. Р. Дускаевой. Т. 1. Б.м.: Б.и., 2016. 325 с. 15 экз.
5. Стилистика и литературное редактирование: учебник для академического бакалавриата: в 2 т / под ред. Л. Р. Дускаевой. Т. 2. Б.м.: Б.и., 2016. 308 с. 15 экз.

в) ресурсы сети «Интернет»

1. Электронная библиотека учебных материалов ЯрГУ (http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php).
2. Электронно-библиотечная система «Юрайт» (<https://urait.ru>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:

Ст. преподаватель кафедры рекламы и
связей с общественностью



Ю.А. Кривошеева

**Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины
«Научное и литературное редактирование и копирайтинг»**

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации студентов по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания и иные материалы,
используемые в процессе текущего контроля успеваемости**

**Темы для самостоятельной работы, которую надо представить в аудитории -
презентация или реферат**

1. Зарождение редактирования в Древней Руси
2. Особенности развития редакторского дела в России XVII–XVIII вв.
4. Редакционно-издательская деятельность декабристов и А.С. Пушкина.
5. Развитие редактирования в издательской практике России во второй половине XIX века. (Влияние на развитие редактирования деятелей отечественной культуры В.Г. Белинского, Н.А. Некрасова, М.Е. Салтыкова-Щедрина, А.И. Герцена)
6. Редакторская работа Короленко и А.П. Чехова.
7. Влияние цензуры на книгоиздание и редактирование в XIX – нач. XX вв.
9. Редакционно-издательская деятельность в России начала XX века. Деятельность «Товарищества И.Д. Сытина и К°».
10. Деятельность издательства «Знание» в начале XX столетия.
11. Энциклопедические издания нач. XX века. Издательство Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона, издательство А.Н. и И.Н. Гранат.
12. Научное и литературное редактирование в СССР.
13. Изменения в книгоиздательстве и редакторской деятельности в период «перестройки» и на рубеже XX – XXI вв.
14. Современный отечественный книжный рынок.
15. Всероссийская книжная палата. Институт научной информации по общественным наукам РАН. Основные издания ИНИОН.
16. Коперайтер как профессия.
17. SMM- менеджер как профессия.

Темы рефератов:

1. Иван Федоров – русский первопечатник.
2. Издательская практика XVII – XVIII веков.
3. Предмет и задачи научного и литературного редактирования.
4. Экстралингвистические факторы, влияющие на современные тенденции литературного редактирования.
5. Современные тенденции развития русского языка.
6. Влияние социально-экономических и идейно-политических факторов на научное редактирование.
7. Критерий научности при редактировании учебных текстов.
8. Оценка качества содержания текста по критериям: фактологическому, специально-предметному, функциональному. Критерий научности.
9. Редакционно-издательская деятельность декабристов и А. С. Пушкина.
10. Редакторская работа Короленко и А. П. Чехова.
11. Влияние цензуры на книгоиздание и редактирование в XIX – начале XX вв.

12. Деятельность «Товарищества И. Д. Сытина и К°».
13. Деятельность издательства «Знание» в начале XX столетия.
14. Издательство Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона.
15. Издательство А. Н. и И. Н. Гранат.
16. Издательство К. Ф. Некрасова в Ярославле (1911 – 1916 гг.).
17. Современный отечественный книжный рынок.
18. Редакторский талант молодого монаха из Венеции Максима Грека.
19. Роль аппарата книги в научной и художественной литературе.
20. Электронные издательские технологии.
21. Копирайтер – профессия будущего.
22. «Три кита» убедительных текстов: интрига(интерес), логика, эмоции.
23. Его величество заголовок...: О роли заголовков в «продающих» текстах.

Примеры тестовых заданий

(проверка сформированности УК-4: ИД_УК-4.3., ИД_УК-4.6, ПК-1: ИД_ПК-1.1)

1. Что означает термин «редактирование» в современном русском языке:
 - а) исправление ошибок в тексте
 - б) точное словесное выражение, формулировка какой-либо мысли, понятия
 - в) окончательная обработка текста перед выходом в свет
 - г) руководство конкретным изданием
2. Цель редактирования заключается
 - а) в том, чтобы сделать текст интереснее
 - б) в том, чтобы исправить ошибки автора
 - в) в оптимизации текстового оригинала, которая позволит донести мысль автора до читателя
 - г) в сокращении или переделке текста
3. Какой вид редакторской правки применяется и в газетах, и в журналах, и в книгоиздательствах?
 - а) правка-вычитка,
 - б) правка- сокращение
 - в) правка –обработка
 - г) правка-переделка
4. Кто был первым книгопечатником на Руси?
 - а) Мелетий Смотрицкий
 - б) Михаил Ломоносов
 - в) Петр Первый
 - г) Иван Федоров
5. Кто в Древней Руси выполнял роль редакторов книг?
 - а) переводчики греческих книг
 - б) купцы, часто бывающие в разных странах
 - в) монахи
 - г) заказчики и читатели книг
6. Аппарат книги – это
 - а) вступительная статья и послесловие
 - б) содержание или оглавление
 - в) комментарии и примечания

г) все вышеперечисленное, а также аннотации, выходные данные и др.

7. Цель пресс-релиза состоит в том, чтобы

- а) привлечь внимание общественности
- б) привлечь внимание прессы
- в) угодить рекламодателю
- г) заинтересовать журналистов

8. Копирайтинг – это

- а) написание текстов
- б) создание рекламных текстов
- в) профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов
- г) создание презентаций

9. Профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов – это

- а) копирайт
- б) копирайтинг
- в) CopyWrite
- г) CopyRight (авторское право)

10. Рерайтинг – это

- а) процесс переписывания статьи
- б) замена в статье отдельных слов
- в) полное переписывание текста до неузнаваемости
- г) переписанная статья с мнением рерайтера

Правила выставления оценки по результатам тестовой работы:

Оценка «зачтено» выставляется студенту по итогу прохождения теста с результатом не менее 80% правильных ответов от общего числа вопросов. Один вопрос оценивается в один балл.

2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

На экзамене проверяется сформированность компетенций УК-4: индикаторы ИД_УК-4.3., ИД_УК-4.6, ПК-1: индикатор ИД_ПК-1.1 на основе проверки теоретического материала. При этом учитывается сформированность навыков и умений на практических занятиях во время работы в семестре.

Оценка «Отлично» выставляется студенту, демонстрирующему глубокое и полное владение содержанием материала и понятийным аппаратом дисциплины, дающему развернутые, полные и четкие ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы, соблюдающему логическую последовательность при изложении материала.

Оценка «Хорошо» выставляется студенту, ответ которого на экзамене в целом соответствуют указанным выше критериям, но отличается меньшей обоснованностью и полнотой. В ответе имеют место неточности, которые исправляются самим студентом после дополнительных и (или) уточняющих вопросов экзаменатора.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студенту, дающему недостаточно полные и последовательные ответы на вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы. В ответах допускаются ошибки в определении и раскрытии основных понятий, формулировке положений, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. При аргументации ответа студент не обосновывает свои суждения. На

часть дополнительных вопросов студент затрудняется дать ответ или дает неверные ответы.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется студенту, который демонстрирует разрозненные, бессистемные знания, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий вследствие их непонимания, дает неполные ответы, логика и последовательность изложения которых имеют существенные и принципиальные нарушения, в ответах отсутствуют выводы. Дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора не приводят к коррекции ответов студента. На основную часть дополнительных вопросов студент затрудняется дать ответ или дает неверные ответы. Оценка «Неудовлетворительно» выставляется также студенту, который взял экзаменационный билет, но отвечать отказался.

Список вопросов к экзамену

(проверка сформированности УК-4: ИД_УК-4.3. ИД_УК-4.6, ПК-1: ПК-1. ИД_ПК-1.1)

1. Предмет и задачи дисциплины «Научное и литературное редактирование».
2. Основные понятия в научном и литературном редактировании.
3. Научный и литературный редактор, научное и литературное редактирование. Художественное редактирование.
4. Всероссийская книжная палата. Институт научной информации по общественным наукам РАН. Основные издания ИНИОН.
5. Зарождение редактирования в Древней Руси
6. Иван Федоров – русский первопечатник.
7. Особенности развития редакторского дела в России XVII–XVIII вв.
8. Редакционно-издательская деятельность декабристов и А.С. Пушкина.
9. Развитие редактирования в издательской практике России во второй половине XIX века. (Влияние на развитие редактирования деятелей отечественной культуры В.Г. Белинского, Н.А. Некрасова, М.Е. Салтыкова-Щедрина, А.И. Герцена)
10. Редакционно-издательская деятельность в России начала XX века. «Товарищества И.Д. Сытина и К°», издательство «Знание», Редакторская работа В.Г. Короленко и А.П. Чехова.
11. Книгоиздательство К.Ф. Некрасова в Ярославле (1911-1916)
12. Выпуск энциклопедических изданий. Издательство Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона, издательство А.Н. и И.Н. Гранат.
13. Научное и литературное редактирование в СССР.
14. Изменения в книгоиздательстве и редакторской деятельности в период «перестройки» и на рубеже XX – XXI вв.
15. Современный отечественный книжный рынок.
16. Основные задачи при работе над языком и стилем рукописи (текста).
17. Распознавание языковых и стилистических ошибок при редактировании текста. Корректурa и виды литературных правок.
18. Оценка качества содержания текста по критериям: фактологическому, специально-предметному, функциональному. Критерий научности.
19. Электронные издательские технологии.
20. Формы подачи материала, характерные для научной литературы.
21. Работа над аппаратом книги. Оформление библиографического аппарата в научной работе.
22. Составление списка использованных источников и литературы: основные разделы, их структура.
23. Копирайтинг как вид деятельности.
24. Особенности профессии копирайтера
25. Пресс-релиз как один из основных PR-документов

Приложение № 2 к рабочей программе дисциплины «Научное и литературное редактирование и копирайтинг»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Методические указания по освоению дисциплины адресованы студентам очной формы обучения.

Учебным планом по направлению подготовки 42.03.01. реклама и связи с общественностью предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

Практические занятия и зачет обеспечивают оперативную, текущую и итоговую дифференцированную информацию о степени освоения теоретических и методических знаний-умений в профессиональной подготовке каждого студента.

В качестве критериев оценки выступают контрольные требования, основанные на использовании пройденного материала, а также дополнительной литературы.

Студенты, выполнившие рабочую учебную программу по дисциплине «Научное и литературное редактирование и копирайтинг», в 7 семестре сдают экзамен.

Условием допуска к зачету является регулярность посещения учебных занятий в объеме, предусмотренном расписанием.

Студент, завершивший обучение по дисциплине, должен показать знание, общую и специальную профессиональную подготовку, соответствующие требованиям Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по данной обязательной дисциплине.