

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Спичрайтинг

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Связи с общественностью

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Спичрайтинг» является освоение необходимых для PR-специалиста жанровых моделей спичрайтинга и овладение практическими навыками создания спичрайтерского текста для обеспечения эффективных коммуникаций субъекта PR с целевыми аудиториями.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Спичрайтинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;
		ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;
		ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Спичрайтинг» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Спичрайтинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Основы маркетинга, Основы интегрированных коммуникаций в PR	Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, Основы брендинга, Творческие аспекты PR-деятельности, Копирайтинг в PR

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Спичрайтинг» составляет 4 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр							
		1	2	3	4	5	6	7	
Контактная работа, ак.ч.	34					34			
Лекции (ЛК)	17					17			
Лабораторные работы (ЛР)	-					-			
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17					17			
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	92					92			
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	18					18			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144					144		
	зач.ед.	4					4		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СПИЧРАЙТИНГА	Тема 1.1. Спичрайтинг как раздел деловой риторики. Спичрайтинг как направление профессиональной деятельности современного коммуникатора.	ЛК, СЗ
	Тема 1.2. Коммуникативный акт как "молекула" профессиональной коммуникации.	ЛК, СЗ
	Тема 1.3. Целевая аудитория как субъект профессиональной коммуникации.	ЛК, СЗ
Раздел 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СПИЧРАЙТИНГА	Тема 2.1. Образ говорящего (спикера) как субъект профессиональной коммуникации.	ЛК, СЗ
	Тема 2.2. Спичрайтерский продукт в коммуникативной ситуации: синхронный аспект.	ЛК, СЗ
	Тема 2.3. Спичрайтерский продукт в коммуникативной ситуации: диахронный аспект.	ЛК, СЗ
	Тема 2.4. Жанрово-композиционная модель как база создания спичрайтерского продукта.	ЛК, СЗ

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной настольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной настольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и	стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office;

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
обучающихся	консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры (ноутбук и проектор); экран (стационарный или переносной напольный); компьютерные программы для составления презентаций (Power Point, Prezi), сервисы Google, Dropbox, Blogger, LMS

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Пугачев Иван Алексеевич. Основы риторики и культура речи: практический курс [Текст/электронный ресурс]: Учебное пособие / И.А. Пугачев, М.Б. Будильцева, И.Ю. Варламова. - 2-е изд., испр. ; Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2019. - 149 с. - ISBN 978-5-209-09024-3: 97.76. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6863>

Дополнительная литература:

1. Александров Д.Н. Самоучитель красноречия. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. 304с.
2. Аннушкин В.И. История русской риторики: Хрестоматия. -М.: ГАСБУ, 1998. 56 с.
3. Апресян Г.З. Ораторское искусство. - М.: Издательство МГУ,1978. 280 с.
4. Аристотель. Риторика // Аристотель. Поэтика. Риторика. - М.: Лабиринт, 2000. 224 с.
5. Бадмаев Б.Ц., Малышев А.А. Психология обучения речевому мастерству. - М.: Издательство ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. 224 с.
6. Безменова Н.А. Очерки по теории и истории риторики. - М.: Наука, 1991. 215 с.
7. Белостоцкая Н.Г. Работа лектора над речью. - М.: Знание, 1974. 61 с.
8. Бернштейн С.И. Язык радио. - М.: Наука, 1977. 47 с.
9. Блэк С. Паблик Рилейшнз. Что это такое? - М.: Новости, 1990.
10. Бойкова Н.Г., Васильева Т.В. Сколько лиц ведущего? (Из современной практики радиовещания) // Вестник СПбГУ. Сер.2,1993. С. 54-61.
11. Вагапова Д.Х. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах. - М.: Цитадель, 1999. 460 с.
12. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Культура и искусство речи. - Ростов-на-Дону: Феникс, 1995.

13. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. - СПб.: Триз-шанс, 2003.
14. Владимиров С.В. и др. Выразительное чтение. - М., 1973. 29 с.
15. Выразительное чтение. - М.: Просвещение, 1964. 184 с.
16. Германова М.Г. Книга для чтецов. - М.: Профиздат, 1964. 208 с.
17. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации. - М.: Инфра-М, 1997. 273 с.
18. Горбушина Л.А., Николаичева А.П. Выразительное чтение и рассказывание детям дошкольного возраста. - М., 1985. 175 с.
19. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. – М.: Прометей, 2004. 328 с.
20. Груздева З., Куцкая С. Руководство по технике речи. - М.: Гос. ком. по радиовещанию и телевидению, 1966.
21. Далецкий Ч. Практикум по риторике. - М., 1997.
22. Дмитриева Е.Д. Выразительное чтение. - М.: Просвещение, 1975. 144 с.
23. Еремина Н.А. Методика чтения художественного текста. - Алма-Ата, 1975. 27 с.
24. Жинкин Н. И. Механизмы речи. – М.: Академия педагогических наук, 1958. 370 с.
25. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. – М.: Наука, 1982. 160 с.
26. Закон кризисов внимания [Электронный ресурс] / URL: <http://gazeta.vstu.ru/?n=1191&a=8>
27. Зарва М.В. Произношение радио- и телевизионной речи. - М.: Искусство, 1976. 102 с.
28. Зарецкая Е.Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. - М.: Дело, 1998. 470 с.
29. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества / Толковый словарь терминов и концепций. - М.: Издательство МГУ, 1999.
30. Земская Ю.Н. Информационные модели политического текста // Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты. Вып. 8. - Москва; Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2004.
31. Земская Ю.Н. Об универсальном характере жанровой модели новогоднего поздравления // Российская пиарология: тренды и драйверы. - Челябинск: ИЦ «Уральская академия», 2011.
32. Земская Ю.Н., Качесова И.Ю., Комиссарова Л.М. и др. Теория текста: учебное пособие / Ю.Н. Земская, И.Ю. Качесова, Л.М. Комиссарова, Н.В. Панченко, А.А. Чувакин; под ред. А.А. Чувакина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 224 с.
33. Земская Ю.Н., Кузнецова Е.А. Общая риторика и спичрайтинг: учебное пособие / Ю.Н. Земская, Е.А. Кузнецова. - М., Издательство РУДН, 2016. – 273 с.
34. Земская Ю.Н., Лебедева К.С. Приемы Public Relations и феномены массовой культуры // PR в изменяющемся мире. Вып. 6 / Под ред. М.В. Гундарина, Ю.В. Явинской. - Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, 2008.
35. Иванова К.А. Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов/ Иванова К.А. СПб.: Питер, 2010.
36. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. - СПб.: Питер, 2005. 144 с.
37. Иванова С.Ф. Говори!...: Уроки развивающей риторики. - М.: Школа-пресс, 1997. 399 с.
38. Иванова С.Ф. Специфика публичной речи [Электронный ресурс] / URL: [http://school4you.ru/download/orator\(2\)/Иванова%20С.Ф.%20-%20Специфика%20публичной%20речи.pdf](http://school4you.ru/download/orator(2)/Иванова%20С.Ф.%20-%20Специфика%20публичной%20речи.pdf)
39. Игнатъев Д., Бекетов А., Сарокваиш Ф, Настольная энциклопедия Public Relation. - М.: Альпина Паблшер, 2002. 240 с.

40. Ильин А., Кадацкий В. и др. Отзвук слова. –М.: «Никколо М», Издательство ИМА-пресс. 1999. 144 с.
41. Искусство звучащего слова. - М., 1969. 127 с.
42. Каплунов Д. Копирайтинг массового поражения /Каплунов Д., СПб.: Питер, 2012.
43. Колесников А. Спичрайтеры. - М.: АСТ, 2007. 336 с.
44. Кривонос А.Д. Жанры PR-текста. - СПб.: Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ, 2001. 135 с.
45. Кривонос А.Д. Compliment и тост как жанр // PR-диалог. 1999. № 5.
46. Кривонос А.Д. Основы спичрайтинга. - СПб.: Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ, 2003. 56 с.
47. Кривонос А.Д. Основы теории связей с общественностью. - СПб.: Питер, 2010. 240 с.
48. Кривонос А.Д. Теория и практика связей с общественностью: Практикум. - СПб.: Лаборатория оперативной печати факультета журналистики СПбГУ, 2002. 61 с.
49. Кузнецов П.А. Копирайтинг и спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии /Кузнецов П.А. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012.
50. Кузнецов П.А. Копирайтинг и спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. 260 с.
51. Маркичева Т.Б., Ножин Е.А. Мастерство публичного выступления. - М.: Знание, 1989. 176 с.
52. Методика выразительного чтения. - М.: Просвещение, 1985. 208 с.
53. Михальская А.К. Основы риторики: Мысль и слово. - М.: Просвещение, 1996. 416 с.
54. Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. - М.: Издательский центр "Academia", 1996. 196 с.
55. Морозова И. Слагая слоганы. - М.: РИП-холдинг, 2001. 170 с.
56. Ножин Е.А. Мастерство устного выступления. - М.: Знание, 1989. 256 с.
57. Ножин Е.А. Основы отношений с общественностью - «Паблик рилейшнз»: Курс лекций. Ч.1 –Пермь, 1994.
58. Ножин Е.А. Основы советского ораторского искусства. - М.: Знание, 1981. 352 с.
59. Об искусстве чтеца. - М.: Искусство, 1960. 143 с.
60. Одинцов В.В. Речевые формы популяризации. - М.: Знание, 1982. 80 с.
61. Основы общей риторики / Под ред. А.А. Чувакина. – Барнаул: Издательство АГУ, 2000. 110 с.
62. Основы общей риторики: учебное пособие / под ред. А.А. Чувакина. – Барнаул: Издательство АГУ, 2013.
63. Платон. Диалоги. - М.: Мысль, 1986. 607 с.
64. Прокуровская Н.А., Болдырева Г.Ф., Соловей Л.В. Как подготовить ратора. – Ижевск: Изд-во Удм. гос. ун-та, 1994. 183 с.
65. Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки. - М.: Лабиринт, 2009. 336 с.
66. Пропп В.Я. Морфология волшебной сказки. - М.: Лабиринт, 2006. 128 с.
67. Профессиональная риторика: проблемы и перспективы. –Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001.
68. Психологическая сегментация: сила архетипов в маркетинге [Электронный ресурс] / URL: <http://darksiteofmarketing.com/stati/psihograficheskaia-segmentacija-sila-arhetipov-v-marketinge.html>
69. Речи, которые изменили мир. - М.: Манн, Иванов, Фербер, 2012. 272 с.
70. Руженцева Н. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов. - М.: Флинта, 2011. 181 с.
71. Сабов А. Потерянный век России? [Электронный ресурс] / URL: <https://rg.ru/2009/04/27/knigi.html>

72. Словарь-справочник по рекламе, связям с общественностью, средствам массовой информации / Авт.-сост. А.А. Чесанов. - СПб.: СПбГУ, 1998. 149 с.
73. Сопер П. Основы искусства речи. - Ростов-на-Дону: Феникс, 1995. 448 с.
74. Теория и практика референтской деятельности: Учеб. пособие / под ред. проф. О.Я. Гойхмана. - М.: Инфра-М, 1999. 272 с.
75. Трескова С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. - М.: Наука, 1989. 178 с.
76. Трофимов. А. Речи глав государств в цифрах и фактах. [Электронный ресурс] / URL: <http://www.forbes.ru/sobytiya-photogallery/230877-rechi-glav-gosudarstv-v-tsifrah-i-faktah/photo/8>
77. Ханин М.И. Практикум по риторике, или Как научиться красиво и убедительно говорить. - СПб.: Паритет, 2003. 188 с.
78. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. - М.: Дело, 2000. 272 с.
79. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. Учебное пособие. - М.: Дело, 2006. 552 с.
80. Шатин Ю.В. Построение рекламного текста. - М.: Бератор-Пресс, 2003. 128 с.
81. Шварц А.И. В лаборатории чтеца. - М.: Искусство, 1968. 167 с.
82. Эпштейн М.Н. Идеология и язык (построение модели и осмысление дискурса) // Вопросы языкознания. 1991. № 6.
83. Юферова Я. В тени вождей: о тайнах редкой кремлевской профессии спичрайтера рассказывает журналист Андрей Колесников [Электронный ресурс] / URL: <https://rg.ru/2007/11/28/kolesnikov.html>
84. Язовицкий Е.В. Выразительное чтение как средство эстетического восприятия. - Л.: Учпедгиз, 1963. 412 с.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:
 - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
 - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
 - ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
 - ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
 - ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
 - ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:
 - электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
 - поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
 - поисковая система Google <https://www.google.ru/>
 - реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>
 - Международная маркетинговая группа <http://marketing-ua.com>.
 - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: <http://elibrary.ru>.
 - РЕКЛАМА. МАРКЕТИНГ. PR <http://www.sostav.ru>.
 - Glossary Commander: служба тематических толковых словарей: <http://glossary.ru/index.htm>.
 - История менеджмента. Статьи. Режим доступа: <http://topknowledge.ru/istoriya-menedzhmenta.html>
 - EmeraldManagementExtra 111 - база данных по экономическим наукам, включает 111 полнотекстовых журналов издательства Emerald по менеджменту и смежным дисциплинам: www.emeraldinsight.com/

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля*:

1. Курс лекций по дисциплине «Спичрайтинг».
2. Комплект письменных заданий для работы на семинарских занятиях по дисциплине «Спичрайтинг».
3. Рекомендации по написанию реферата и подготовке проектного задания по дисциплине «Спичрайтинг».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Спичрайтинг» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

<https://esystem.rudn.ru/mod/resource/view.php?id=708670>

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

**Заведующая кафедрой
рекламы и бизнес-
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Заведующая кафедрой
рекламы и бизнес-
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О.