

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.05.2025 12:34:47
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Институт мировой экономики и бизнеса
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СПИЧРАЙТИНГ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН 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):

РЕКЛАМА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Спичрайтинг» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 5 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 7 тем и направлена на изучение и ознакомление студентов с современными подходами к тексту в спичрайтинге; формирование у обучающихся навыков выделения жанровой модели спичрайтерского текста; выработка навыков создания спичрайтерского продукта определенной жанровой разновидности; ознакомление с существующей мировой практикой эффективных реализации спичрайтерских продуктов.

Целью освоения дисциплины 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 части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования 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	Производственная (ознакомительная) практика; Основы маркетинга; Компьютерные технологии в дизайне рекламы;	Производственная (проектная) практика; Преддипломная практика; Технологии производства в рекламе и связях с

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	коммуникационного продукта	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы связей с общественностью;	общественностью; Информационные технологии в рекламе и PR; Маркетинговые исследования; Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Основы брендинга; BTL-технологии продвижения; Креатив в рекламе; Поведение потребителей; Теория и практика продаж в рекламе; <i>Современные стратегии и тактики продвижения**;</i> <i>Копирайтинг в рекламе**;</i> <i>Копирайтинг в PR**;</i> <i>Эффективность коммуникационных кампаний**;</i> <i>Innovation Marketing**;</i> <i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;</i> <i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</i> <i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i> Marketing Communications Trends; <i>Коммуникационный дизайн**;</i> <i>Социальный брендинг**;</i> Медиапланирование; <i>Медиаэкономика**;</i> <i>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;</i> <i>Методы коммуникационных исследований**;</i> <i>Performance-маркетинг**;</i> <i>International Marketing Communications**;</i>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Спичрайтинг» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			5
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	92		92
Контроль (экзамен/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

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

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

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.	
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.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

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. Владимирова 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.
- 28.
- 29.
- 30.

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 «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.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Спичрайтинг».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Земская Юлия
Николаевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Должность БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.