Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 18.09.2025 17:32:11
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет информационных технологий

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
«Информационные технологии»
_____ / Д.Г. Демидов /
«__» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Веб-райтинг»

Направление подготовки/специальность
09.03.01 Информатика и вычислительная техника

Профиль/специализация
«Веб-технологии»

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная, заочная

Москва, 2025 г.

Разработчик(и):

к.филол.н, доцент /Ю.В.Смирнова/

ст.преподаватель /И.В.Кулибаба/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Инфокогнитивные технологии»,

ктн, доцент, / Е.А. Пухова /

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3 Структура и содержание дисциплины 5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 5
3.2 Тематический план изучения дисциплины 5
3.3 Содержание дисциплины 6
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 7
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 10
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 10
4.2 Основная литература 11
4.3 Дополнительная литература 11
4.4 Электронные образовательные ресурсы 12
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 12
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 12
5 Материально-техническое обеспечение 12
6 Методические рекомендации 12
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 12
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 13
7 Фонд оценочных средств 13
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 13
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 13
7.3 Оценочные средства 18
7.3.1 Вопросы для экзамена 18
7.3.2 Экзаменационное задание 19

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

К основным целям освоения дисциплины «Веб-райтинг» относится:

- формирование у студентов целостное представления о принципы построения рекламных и презентационных текстов для сети веб;
- формирование знаний об основных приемах копирайтинга и рерайтинга;
- формирование навыков по вербальному обеспечению маркетинговых коммуникаций, необходимых для эффективной практической рекламной деятельности.

К основным задачам дисциплины «Веб-райтинг» относятся:

- ознакомить с профессией и ремеслом копирайтера, сформировать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;
- познакомить с основными формами и типами текстов, сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;
- научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации; сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.
- самостоятельная работа над тематикой дисциплины для формирования компетенций основной профессиональной образовательной программы (далее, ОПОП).

Обучение по дисциплине «Веб-райтинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	**Индикаторы планируемых результатов обучения по дисциплине**
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции
ОПК-9. Способен осваивать методики использования программных средств для решения практических задач	ИОПК-9.1. Знает примерный состав команды разработчиков ПО, основы реализации проекта, способы коммуникации с участниками проектной деятельности, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, основы конфликтологии, технологии подготовки и проведения презентаций. ИОПК-9.2. Умеет осуществлять взаимодействие с заказчиком в процессе реализации проекта; принимать участие в командообразовании и развитии персонала. ИОПК-9.3. Владеет навыками проведения презентаций, переговоров, публичных выступлений.

ПК-3. Способен разрабатывать требования и проектировать программное обеспечение	ИПК-3.2. Уметь: осуществлять коммуникации с заинтересованными сторонами.
ПК-5. Способен осуществлять концептуальное, функциональное и логическое проектирование систем среднего и крупного масштаба и сложности	ИПК-5.2. Уметь: разрабатывать структуры типовых документов.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к числу учебных дисциплин обязательной части, части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОПОП:

- Реклама в Интернете;
- Вероятностные основы веб-аналитики;
- Статистические методы веб-аналитики;
- Веб-аналитика;
- Интернет-маркетинг.

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, т.е. 72 академических часа (из них 36 часа – самостоятельная работа студентов).

Форма итоговой аттестации – экзамен.

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по очной форме обучения)

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			3	
1	**Аудиторные занятия**	**36**	36	
	В том числе:			
1.1	Лекции	18	18	
1.2	Семинарские/практические занятия			
1.3	Лабораторные занятия	18	18	
2	**Самостоятельная работа**	**36**	36	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Диф.зачет	Диф.зачет	Диф.зачет	
	Итого:	**72**	72	

(по заочной форме обучения)

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			4	
1	**Аудиторные занятия**	**8**	8	
	В том числе:			
1.1	Лекции	4	4	
1.2	Семинарские/практические занятия			
1.3	Лабораторные занятия	4	4	
2	**Самостоятельная работа**	**64**	64	
3	**Промежуточная аттестация**			
	Диф.зачет	Диф.зачет	Диф.зачет	
	Итого:	**72**	72	

3.2 Тематический план изучения дисциплины (по очной форме обучения)

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Логотип как основа корпоративной айдентики	3	2				2
2	Лабораторная работа 1. Разработка логотипа компании	8	2		2		4
3	Тема 2. Имя и слоган компании	3	2				2
4	Лабораторная работа 2. Разработка имени и слогана компании	8	2		2		4
5	Тема 3. Рекламный текст	3	2				2
6	Лабораторная работа 3. Разработка классического рекламного текста	8	2		2		4
7	Тема 4. Конструирование текста	3	2				2
8	Лабораторная работа 4. Работа с рекламным текстом	8			2		4
9	Тема 5. Манипулятивные приемы и языковая игра						
10	Лабораторная работа 5. Работа с манипулятивными приемами	8			2		4
11	Тема 6. Нейролингвистическое программирование						
12	Лабораторная работа 6. Работа с суггестивными текстами	10			2		4
13	Тема 7. Модели текста						
14	Лабораторная работа 7. Работа с моделями рекламных текстов	10			6		4
Итого		**72**	**18**		**18**		**36**

(по заочной форме обучения)

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Логотип как основа корпоративной айдентики	8	2		2		4
2	Лабораторная работа 1. Разработка логотипа компании	8	2		2		4
3	Тема 2. Имя и слоган компании	4					4
4	Лабораторная работа 2. Разработка имени и слогана компании	4					4
5	Тема 3. Рекламный текст	4					4
6	Лабораторная работа 3. Разработка классического рекламного текста	4					4
7	Тема 4. Конструирование текста	4					4
8	Лабораторная работа 4. Работа с рекламным текстом	4					4
9	Тема 5. Манипулятивные приемы и языковая игра	4					4
10	Лабораторная работа 5. Работа с манипулятивными приемами	4					4
11	Тема 6. Нейролингвистическое программирование	4					4
12	Лабораторная работа 6. Работа с суггестивными текстами	4					4
13	Тема 7. Модели текста	4					4
14	Лабораторная работа 7. Работа с моделями рекламных текстов	12					12
Итого		**72**	**4**		**4**		**64**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Логотип как основа корпоративной айдентики

Дается введение в семиотику, на примере логотипа показывается знаковая система айдентики компании. Выделены функции логотипа, виды логотипов, этапы разработки логотипа и требования к логотипу.

Тема 2. Имя и слоган компании

Требования к имени, креативные приемы нейминга - формальные и содержательные. Требования к слогану, функции слогана, типология слоганов. Алгоритм создания слогана.

Тема 3. Рекламный текст

Сущность и виды рекламы. Система отбора слов в рекламный текст. Структура рекламного текста. Система аргументации

Тема 4. Конструирование текста

Приемы визуализации текста. Работа с разными уровнями текста: звуки, слова, словосочетания, минисюжеты. Типовые приемы фантазирования

Тема 5. Манипулятивные приемы и языковая игра

Рассмотрение приемов языковой манипуляции в рекламных текстах и стилистических игровых приемов.

Тема 6. Нейролингвистическое программирование

Понятие НЛП. Инструменты для вербального воздействия на подсознание воспринимающего.

Тема 7. Модели текста

Наиболее распространенные модели рекламных текстов. Нетрадиционные жанровые вариации рекламы.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий.

Лабораторная работа 1. Разработка логотипа компании

Цель работы: Изучение правил и особенностей разработки главной визуальной составляющей айдентики компании - логотипа.

Основная задача: Вы собираетесь создать веб-студию. Для того, чтобы красиво выйти на рынок, нужно иметь уже разработанный внешний имидж компании: ее айдентику (имя, логотип, слоган, корпоративные цвета – т.е. основные рекламные константы, которые переходят из одной рекламной кампании в другую, обеспечивая узнаваемость фирмы максимальным числом представителей Вашей целевой аудитории). На первом этапе постарайтесь определиться, чем будет заниматься Ваша веб-студия, и отразить это направление в имени компании и ее логотипе.

Результат работы: Разработанный логотип компании, объяснение в том же документе решений по разработке.

Лабораторная работа 2. Разработка имени и слогана компании

Цель работы: Изучение правил и особенностей разработки рекламного имени и слогана компании как основных констант фирменного стиля. Выработка навыков работы с текстом и логической аргументации.

Доработка рекламного имени в соответствии с требованиями и разработка слогана компании. Следует разработать не менее 5 слоганов, чтобы на защите выбрать сильнейший, а остальные оставить для дальнейшей работы над рекламной кампанией.

Защита лабораторной работы.

Результат работы: доработанный нейм веб-студии и разработанные 5 вариантов слогана, в которых были бы задействованы основные и вспомогательные значимые единицы, а также художественные приемы создания слогана.

Лабораторная работа 3. Разработка классического рекламного текста

Цель работы: Изучение правил и особенностей разработки рекламного текста как ведущего звена внешних корпоративных коммуникаций. Разработка «работающего» рекламного текста.

Разработка рекламного текста для своей разрабатываемой компании. В рекламный текст, состоящий из 3 частей (зачин – основной текст – эхо-фраза должны быть вплетены сильный и слабый рабочий довод, работающие совместно, а также один из креативных приемов, применяемых к зачину; защита лабораторной работы.

Результат работы: Разработанный рекламный трехчастный текст предполагаемой веб-студии с добавлением сильного и слабого рабочего довода и креативного зачина. Зачин и эхо-фраза должны коррелироваться.

Контрольные вопросы:

1. Какова стандартная структура рекламного текста?

2. Чем отличается рекламный текст для онлайн-среды от традиционного рекламного текста?

3. Каковы основные характеристики рекламного ролика?

Каким образом возможна интеграция рекламы на сайт производителя?

Лабораторная работа 4. Работа с рекламным текстом

Цель работы: Изучение правил и особенностей работы с текстом как основным элементом рекламной кампании. Разработка «работающего» рекламного текста.

Задание:

1) Составьте акростих из названия своей фирмы.

2) Проанализируйте название Вашей фирмы с точки зрения звукового восприятия.

3) Составьте рекламный текст для Вашей рекламной кампании, использовав контрольные вопросы по Осборну и типовые приемы фантазирования.

Разработка рекламного текста для своей разрабатываемой компании. В рекламном тексте должны быть использованы идеи из списка контрольных вопросов по Осборну и какой-либо из типовых приемов фантазирования.

Защита лабораторной работы.

Результат работы: Разработанный рекламный текст предполагаемой веб-студии с использованием идеи из списка контрольных вопросов по Осборну и какого-либо из типовых приемов фантазирования, разработанный акростих, обыгрывающий название компании, а также результат анализа названия компании с точки зрения звукового восприятия.

Контрольные вопросы:

1. Что такое речевая манипуляция?
2. Что такое суггестия?
3. Чем отличается обычный рекламный текст от суггестивного?
4. В чем сущность использования фоносемантики?
5. В чем сущность использования принципа золотого сечения для рекламного текста?
6. В чем сущность использования речевых паттернов?
7. В чем сущность использования рефрейминга?
8. В чем сущность использования словообразования как суггестивного элемента?

Чем отличается обычная манипуляция от суггестии?

Лабораторная работа 5. Работа с манипулятивными приемами

Цель работы: Изучение правил и особенностей работы с манипулятивными приемами и языковой игрой как эффективными элементами рекламного текста. Разработка эффективного продающего манипулирующего рекламного текста.

Задание:

Составьте 2 рекламных текста для Вашей рекламной кампании с использованием:

1. Манипуляции с некорректным сравнением

2. Импликатур

При этом следует задействовать тропы и стилистические фигуры.

Результат работы: Разработанные манипулирующие рекламные тексты предполагаемой веб-студии с некорректного сравнения, импликатур, тропов и стилистических фигур.

Контрольные вопросы:

1. Что такое новость?
2. Что такое информационный повод?

3. Из каких элементов состоит структура новостного текста?
4. Какие новостные жанры вам известны?
5. Как составляется пресс-релиз?
6. В каком порядке располагаются основные элементы пресс-релиза?

Чем отличается язык видеоновости от языка печатной новости?

Лабораторная работа 6. Работа с суггестивными текстами

Цель работы: Изучение правил и особенностей применения инструментов НЛП, анализ суггестивного потенциала разработанной айдентики компании (имени, слогана, рекламных текстов). Разработка эффективного продающего рекламного текста с элементами НЛП.

Задание:

1. Проверьте на соответствие название, логотип и слоган вашей компании (фоносемантика, суггестия) с помощью программы ВААЛ.

2. Составьте рекламный текст, используя речевые паттерны.

3. Составьте рекламный текст, используя рефрейминг.

Результат работы: Разработанные суггестивные рекламные тексты предполагаемой веб-студии с использованием паттернов и рефрейминга, а также результат анализа разработанных элементов айдентики и рекламной кампании через программу ВААЛ на наличие суггестивного потенциала.

Лабораторная работа 7. Работа с моделями рекламных текстов

Цель работы: Изучение разнообразных стилей и моделей рекламного текста, а также нетрадиционных жанровых вариаций рекламы. Разработка эффективного продающего рекламного текста по определенной модели.

Задание:

Составьте 2 рекламных текста:

1) используя любую из традиционных моделей;

2) используя любую из нетрадиционных жанровых вариаций.

При этом не забывая о манипулятивных приемах, приемах НЛП, аргументации и прочих обязательных элементах эффективного текста.

Подготовьте итоговую презентацию, в которую бы вошли:

1) айдентика вашей веб-студии (нейм, логотип и слоган, совпадающие по звучанию и по цветам - проверьте по ВААЛ),

2) лучший на ваш взгляд рекламный текст из тех, что вы писали в предыдущих лабораторных работах,

3) оба текста из 7 лабораторной работы.

Результат работы: Итоговая презентация, представляющая айдентику вашей веб-студии, а также лучший рекламный текст из предыдущих лабораторных работ и разработанные рекламные тексты предполагаемой веб-студии по традиционной модели рекламного текста и в нетрадиционном для рекламы жанре.

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника, утвержденный Приказом Министерства образования и науки РФ от 19 сентября 2017 г. N 929 "Об утверждении федерального… Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020

3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 05 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры;

4. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;

5. Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 5 августа 2020 г. № 885/390;

6. Устав и локальные нормативные акты Московского политеха

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере проектирования, разработки, внедрения и эксплуатации средств вычислительной техники и информационных систем, управления их жизненным циклом)

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника, предъявляемым соответствующими профессиональными стандартами.

4.2 Основная литература

1.Настольная книга веб-райтера [Электронный ресурс] Орловская А. http://contentmonster.ru/download/handbook.pdf

2. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/497532

3. Как писать коммерческие предложения и продавать что угодно кому угодно [Электронный ресурс] – Каплунов Д. – А. «Эксмо», 2018 г. - URL: https://monster-book.com/download_link/16067

4.3 Дополнительная литература

1. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519840

2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492732

3. Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех [Электронный ресурс] – Кот Д. – «Питер» 2017 г. — URL: https://monster-book.com/download_link/4359
4. Нейрокопирайтинг. 100+ приёмов влияния с помощью текста [Электронный ресурс] – Каплунов Д. А. – «Эксмо», 2016 г. — URL: https://monster-book.com/dow - nload_link/3187

4.4 Электронные образовательные ресурсы

1. Курс Веб-райтинг
https://lms.mospolytech.ru/course/view.php?id=9342

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Для выполнения лабораторных работ и самостоятельной работы необходимо следующее программное обеспечение:

1. Microsoft Windows.
2. Веб-браузер, Chrome.

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Федеральная государственная информационная система - Национальная электронная библиотека (НЭБ) https://нэб.рф
2. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов» (утв. Приказом Росстандарта от 08.12.2016 N 2004-ст) (ред. от 14.05.2018) [Электронный ресурс] http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216461/

5 Материально-техническое обеспечение

Лабораторные работы и самостоятельная работа студентов должны проводиться в специализированной аудитории, оснащенной современной оргтехникой и персональными компьютерами с программным обеспечением в соответствии с тематикой изучаемого материала. Число рабочих мест в аудитории должно быть достаточным для обеспечения индивидуальной работы студентов.

Рабочее место преподавателя должно быть оснащены современным компьютером с подключенным к нему проектором на настенный экран, или иным аналогичным по функциональному назначению оборудованием.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

1. При подготовке к занятиям следует предварительно проработать материал занятия, предусмотрев его подачу точно в отведенное для этого время занятия. Следует подготовить необходимые материалы – теоретические сведения, задачи и др. При проведении занятия следует контролировать подачу материала и решение заданий с учетом учебного времени, отведенного для занятия.

2. При проверке работ и отчетов следует учитывать не только правильность выполнения заданий, но и оптимальность выбранных методов решения, правильность выполнения всех его шагов.

3. При организации и проведения экзаменов в практико-ориентированной форме следует использовать утвержденные кафедрой Методические рекомендации.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины осуществляется в строгом соответствии с целевой установкой в тесной взаимосвязи учебным планом. Основой теоретической подготовки студентов являются *аудиторные занятия, лабораторные работы.*

В процессе самостоятельной работы студенты закрепляют и углубляют знания, полученные во время аудиторных занятий, дорабатывают конспекты и записи, готовятся к проведению и обрабатывают результаты лабораторных работ, готовятся к промежуточной аттестации, а также самостоятельно изучают отдельные темы учебной программы.

На занятиях студентов, в том числе предполагающих практическую деятельность, осуществляется закрепление полученных, в том числе и в процессе самостоятельной работы, знаний. Особое внимание обращается на развитие умений и навыков установления связи положений теории с профессиональной деятельностью будущего специалиста.

Самостоятельная работа осуществляется индивидуально. Контроль самостоятельной работы организуется в двух формах:

- самоконтроль и самооценка студента;
- контроль со стороны преподавателей (текущий и промежуточный).

Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентом учебного материала;
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность компетенций;
- оформление материала в соответствии с требованиями.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

- В третьем семестре изучения дисциплины: выполнение лабораторных работ, дифференцированный зачет.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

Показатель:	**Критерии оценивания**			
	Допороговое значение	**Пороговое значение**		
	2	**3**	**4**	**5**
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах				
ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточно	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний,	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний,	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний,

общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции	е соответствие материалу дисциплины знаний, указанных в индикаторах компетенций дисциплины	указанных в индикаторах компетенций дисциплины. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями при их переносе на новые ситуации.	указанных в индикаторах компетенций дисциплины. Но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	указанных в индикаторах компетенций дисциплины. Свободно оперирует приобретенным и знаниями.
ОПК-9. Способен осваивать методики использования программных средств для решения практических задач				
ИОПК-9.1. Знает примерный состав команды разработчиков ПО, основы реализации проекта, способы коммуникации с участниками проектной деятельности, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет выполнять действия, указанных в индикаторах компетенций	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие умений, указанных в индикаторах компетенций дисциплины. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие умений, указанных в индикаторах компетенций дисциплины. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности,	Обучающийся демонстрирует полное соответствие умений, указанных в индикаторах компетенций дисциплины. Свободно оперирует приобретенным и умениями, применяет их в ситуациях

взаимодействии, основы конфликтологии, технологии подготовки и проведения презентаций. ИОПК-9.2. Умеет осуществлять взаимодействие с заказчиком в процессе реализации проекта; принимать участие в командообразовании и развитии персонала. ИОПК-9.3. Владеет навыками проведения презентаций, переговоров, публичных выступлений.		ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	повышенной сложности.
ПК-3. Способен разрабатывать требования и проектировать программное обеспечение				
ИПК-3.2. Уметь: осуществлять коммуникации с заинтересованными сторонами.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет приемами, методами и иными умениями, указанными в индикаторах компетенций дисциплины.	Обучающийся в неполном объеме владеет приемами, методами и иными умениями, указанными в индикаторах компетенций дисциплины. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в	Обучающийся частично владеет приемами, методами и иными умениями, указанными в индикаторах компетенций дисциплины. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет приемами, методами и иными умениями, указанными в индикаторах компетенций дисциплины. Свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

		новых ситуациях.		
ПК-5. Способен осуществлять концептуальное, функциональное и логическое проектирование систем среднего и крупного масштаба и сложности				
ИПК-5.2. Уметь: разрабатывать структуры типовых документов.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет приемами, методами и иными умениями, указанными в индикаторах компетенций дисциплины.	Обучающийся в неполном объеме владеет приемами, методами и иными умениями, указанными в индикаторах компетенций дисциплины. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет приемами, методами и иными умениями, указанными в индикаторах компетенций дисциплины. Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет приемами, методами и иными умениями, указанными в индикаторах компетенций дисциплины. Свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации определена в п 5.6 «Положении о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский политехнический университет», утвержденным приказом ректора Московского политехнического университета от 31.08.2017 № 843-ОД. В случае внесения изменений в документ или утверждения нового Положения, следует учитывать принятые правки.

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой дисциплины. При этом используется балльно-рейтинговая система, включающая следующие критерии оценки.

Критерий	Значение критерия
Выполнение и защита лабораторных работ в срок	+2 балла за каждую защищенную на отлично лабораторную работу; +1 балл за каждую защищенную на хорошо лабораторную работу. Максимальное значение критерия – не более 7 баллов за каждую лабораторную работу.
Невыполнение и/или не защита (защита с оценкой «неудовлетворительно») лабораторных работ.	-10 баллов за одну лабораторную работу; -50 баллов, за две, три или четыре лабораторных работы; -100 баллов за пять и более лабораторных работ.
Выполнение экзаменационного задания	Максимальное значение критерия – 20 баллов.

Максимальная сумма набираемых по дисциплине баллов – 100. С началом каждого нового семестра изучения дисциплины набранные баллы обнуляются и рейтинг студента ведется заново. Перевод набранных баллов в оценку промежуточной аттестации производится согласно следующей таблице.

Оценка по балльно-рейтинговой системе	Оценка по итоговой аттестации
0 … 49	Неудовлетворительно
50 … 59	Удовлетворительно
60 … 75	Хорошо
76 … 100	Отлично

Шкалы оценивания результатов лабораторных работ

Шкала оценивания	Описание
Отлично	Задание выполнено полностью и в срок. Отсутствуют ошибки в полученном результате. При процедуре защиты студент уверенно отвечает на контрольные вопросы, оперирует приобретенными знаниями и умениями, объясняет все этапы получения результата, его характеристики и причины их значений. Способен при необходимости доработать полученные результаты в соответствии с любыми незначительными изменениями в задании.
Хорошо	Задание выполнено полностью и в срок. Присутствуют незначительные ошибки в полученном результате. При процедуре защиты студент правильно отвечает на вопросы о ходе работы, оперирует приобретенными знаниями и умениями, однако возможны незначительные ошибки на дополнительные вопросы, в том числе и на вопросы для самоконтроля. Студент объясняет все этапы получения результата, его характеристики и причины их значений. Способен при необходимости доработать полученные результаты в соответствии с большинством незначительных изменений в задании.
Удовлетворительно	Задание выполнено либо со значительными ошибками, либо с опозданием. При процедуре защиты студент некорректно отвечает на некоторые дополнительные вопросы, в том числе и на вопросы для самоконтроля. Студент объясняет все этапы получения

	результата, его характеристики и причины их значений. Способен при необходимости доработать полученные результаты в соответствии с лишь некоторыми незначительными изменениями в задании.
Неудовлетворительно	Задание полностью не выполнено, либо выполнено не в срок и с грубыми ошибками. При процедуре защиты студент некорректно отвечает на большинство дополнительных вопросов, в том числе и на вопросы для самоконтроля. Не может объяснить этапы выполнения задания, характеристики и свойства полученного результата, причины и взаимосвязи между ними, исходными данными и своими действиями. Неспособен доработать полученные результаты в соответствии с незначительными изменениями в задании.

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Контрольные вопросы по лабораторным работам

1. Какова стандартная структура рекламного текста?
2. Чем отличается рекламный текст для онлайн-среды от традиционного рекламного текста?
3. Каковы основные характеристики рекламного ролика?
4. Каким образом возможна интеграция рекламы на сайт производителя?
5. Что такое речевая манипуляция?
6. Что такое суггестия?
7. Чем отличается обычный рекламный текст от суггестивного?
8. В чем сущность использования фоносемантики?
9. В чем сущность использования принципа золотого сечения для рекламного текста?
10. В чем сущность использования речевых паттернов?
11. В чем сущность использования рефрейминга?
12. В чем сущность использования словообразования как суггестивного элемента?
13. Чем отличается обычная манипуляция от суггестии?
14. Что такое новость?
15. Что такое информационный повод?
16. Из каких элементов состоит структура новостного текста?
17. Какие новостные жанры вам известны?
18. Как составляется пресс-релиз?
19. В каком порядке располагаются основные элементы пресс-релиза?
20. Чем отличается язык видеоновости от языка печатной новости?

7.3.2 Вопросы для экзамена

1. Спичрайтинг: основные характеристики и особенности деятельности. Копирайтинг: основные характеристики и особенности деятельности. Направления работы с текстом в рекламе.
2. Широкое узкое понятие текста.
3. Роль текста в рекламной коммуникации.
4. Рекламное сообщение и текст.
5. Рекламный текст, его специфика.
6. Текст как система символов и знаков.
7. Категория «системы». Знаковые системы: характеристики, примеры. Парадигматические и синтагматические отношения в знаковых системах.
8. Метафора в речевой деятельности и в рекламе.
9. Метонимия в речевой деятельности и в рекламе.
10. Коммуникация, ее характеристики. Основные коды коммуникации.
11. Структура коммуникативного акта (по Р.Якобсону).
12. Соответствующие ее составляющим функции языка, использование их в рекламе.
13. Функции языка как сложной коммуникативной системы (по А.Соломонику) и использование их в рекламе.
14. Сложные семиотические системы (наука, искусство, язык). Применение их особенностей и элементов в рекламе.
15. Гештальтпсихология и моделирование рекламных знаков.
16. Метаметасемиотический уровень языка рекламы.
17. Глобализация и этнизация в рекламе; их функции рекламы как искусства.
18. Ассоциации и синестезия.
19. Семиотика рекламы: основные знаки и коды.
20. Глобализация рекламы и глобальные рекламные кампании.
21. Разработка маркетинговой идеи курсов по ораторскому мастерству.
22. Этнизационные средства и способы в рекламе: реальность и перспективы.
23. Составляющие имиджа человека (vip-персоны, политика, рок-музыканта и пр.). Маркетинговые коммуникации и роль рекламы в их функционировании.
24. Роль коммуникативных кодов в имиджевом строительстве.
25. Особенности создания текстов для различных носителей рекламы.
26. Особенности создания текстов для рекламы в Интернете.

ЭКЗАМЕНАЦИОННОЕ ЗАДАНИЕ

Экзаменационное задание выполняется студентом индивидуально, по итогам изучения дисциплины или ее части. При этом достижение порогового результата работы над экзаменационным заданием соответствует описанному в п. 3 данного документа этапу освоения соответствующих компетенций на базовом или продвинутом уровне.

Базовый уровень: способность выполнять полученное задание, применяя полученные знание и умения на практике, владеть соответствующими индикаторами компетенции при выполнении задания.

Продвинутый уровень: способность выполнять полученное задание и решать самостоятельно сформированные задачи, применяя полученные знание и умения на практике. Уверенно владеть соответствующими индикаторами компетенции при выполнении задания, комбинировать их между собой и с индикаторами других компетенций для достижения проектных результатов.

Форма экзаменационного задания выбирается преподавателем и утверждается на заседании кафедры. Экзамен может проходить в следующих формах и с использованием следующих оценочных средств.

Форма	Представление оценочного средства в ФОС
Устная	Банк контрольных вопросов, соответствующих отдельным темам дисциплины (см. п. 4 настоящего документа). Вопросы формируют экзаменационный билет (см. ниже), состоящий из теоретических вопросов и практических заданий (типовые практические задания представлены ниже). Билеты, включая вопросы и практические задания, формируются преподавателем и утверждаются на заседании кафедры. В них могут быть включены дополнительные контрольные вопросы и задания, не требующие у студентов наличия не формируемых данной дисциплиной компетенций или более высоких этапов сформированности формируемых. Для ответа на каждый вопрос и для решения любого практического задания студент должен находится на требуемом для данной дисциплине уровне сформированности всех соответствующих ей компетенций: каждый вопрос и задание проверяет уровень сформированности всех соответствующих данной дисциплине компетенций.
Письменная	Оценочное средство полностью соответствует оценочным средствам устной формы задания.

ТИПОВОЙ ЭКЗАМЕННАЦИОННЫЙ БИЛЕТ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1
по дисциплине
«ВЕБ-РАЙТИНГ»
направление подготовки 09.03.01 Информатика и вычислительная техника

ВОПРОСЫ:

1. Какова стандартная структура рекламного текста?
2. Чем отличается обычная манипуляция от суггестии?
3. В каком порядке следует наполнять блоки сайта?

Практическое задание. Разработать пресс-релиз для веб-сайта заказчика, используя предложенный информационный повод. На основании пресс-релиза написать информационную статью о предстоящем событии.

Утверждено: _____ / _____ / «__» _____ 20__г.

ТИПОВЫЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

1. Разработать пресс-релиз для веб-сайта заказчика (гипотетического), используя предложенный информационный повод. На основании пресс-релиза написать информационную статью о предстоящем событии.

2. Написать короткую информационную заметку и развернутый репортаж о событии, представленном в информационных лентах.

3. Написать рекламный продающий текст для представленного программного продукта на сайт.

4. Написать суггестивный продающий текст на сайт заказчика (гипотетического) по представленному описанию программного продукта.

5. Разработать сценарий рекламного ролика для сайта заказчика (гипотетического).