

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

И.о директора ИНБ

_____О.В. Калесникова
(подпись)

29.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

(29114) Креативный копирайтинг и авторское право

Направление подготовки (специальность): **09.04.01 Информатика и вычислительная техника**

Направленность: **магистерская программа «Цифровые технологии в закупках и логистике»**

Уровень высшего образования: **магистратура**

Форма обучения: **очная;**

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: **Социальных и политических коммуникаций (СПК);**

Трудоемкость дисциплины: **4 з.е. (144час)**

Уфа 2023

Рабочую программу дисциплины разработал(и):

_____ Бурангулов Э.Р. доцент кафедры СПК, канд.полит. наук

Рецензент

_____ Гареев Э.С., профессор, зав. кафедрой СПК, канд. филос. наук

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Социальных и политических коммуникаций (СПК);, обеспечивающей преподавание дисциплины 06.03.2023, протокол №6.

Заведующий кафедрой

Социальных и политических коммуникаций (СПК) _____ Э.С. Гареев

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой КФУ _____ О.Г. Кантор

Год приема 2023 г.

Рабочая программа зарегистрирована 08.06.2023 № 6 в ОПЛА и внесена в электронную базу данных

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины, предшествующие изучению данной дисциплины (исходя из формирования этапов по компетенциям): Антикризисные коммуникационные стратегии; Правовая и налоговая экосистема для бизнеса; Экономические экосистемы и поведенческая экономика

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее (исходя из формирования этапов по компетенциям): Организация и планирование коммуникационных компаний; Проектная практика; Управление рисками в профессиональной деятельности; Цифровые инструменты управления бизнес-процессами предприятия

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули);

Обязательная или часть, формируемая участниками образовательных отношений (в том числе элективные дисциплины): Часть, формируемая участниками образовательных отношений;

Форма обучения: очная

Семестр, в котором преподается дисциплина	Трудоемкость дисциплины				Вид промежу- точной аттестации
	Зачет- ные едини- цы	Часы			
		Общая	В том числе		
			контакт- ная	СРО	
2	4	144	24	120	диф.зачет;
ИТОГО:	4	144	24	120	

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

№ пп.	Формируемые компетенции	Шифр/ индекс компетен- ции
1	МЭК18, МЭК30-23 Способен разрабатывать комплексные решения в бизнесе	ПК-1--2

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Шифр компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Шифр результата обучения	Результат обучения
ПК-1-	ПК-1.2 Применяет аналитический инструментарий при разработке и обосновании выбора управленческого решения в контексте специфики профессиональной деятельности	З(ПК-1-)	Знать: аналитический инструментарий при разработке и обосновании выбора управленческого решения в контексте специфики

Шифр компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Шифр результата обучения	Результат обучения
			профессиональной деятельности
		У(ПК-1-)	Уметь: применять специфические методы и инструменты, направленные на повышение эффективности реализации управленческих решений
		В(ПК-1-)	Владеть: навыками осуществления комплексного анализа среды функционирования бизнеса

3. Структура дисциплины

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость (всего и по семестрам, в часах)

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Всего и по семестрам, часы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Контактная работа, всего в том числе:	24		24										
лекции (всего)	10		10										
-в т.ч. лекции on-line курс	0												
практические занятия (ПЗ)	12		12										
-в т.ч. практические занятия on-line курс	0												
лабораторные работы (ЛР)	0												
контролируемая самостоятельная работа (защита курсового проекта, курсовой работы и др. работ (при наличии))	0												
-в т.ч. лабораторные работы on-line курс	0												
иная контактная работа (сдача зачета, экзамена, консультации)	2		2										
проектная деятельность (ПД)	0												
Самостоятельная работа обучающихся (СРО), всего в том числе: (указать конкретный вид СРО)	120		120										
выполнение и подготовка к защите курсового проекта или курсовой работы	0												

выполнение и подготовка к защите РГР работы, реферата, патентных исследований, аналитических исследований и т.п	0												
изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	73		73										
подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	40		40										
подготовка к сдаче зачета, экзамена	7		7										
иные виды работ обучающегося (при наличии)	0												
освоение on-line курса	0												
самостоятельная проектная деятельность (СПД)	0												
ИТОГО ПО ДИСЦИПЛИНЕ	144		144										

4. Содержание дисциплины

4.1. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий (в часах)

Форма обучения: очная

(раздела)Номер темы	Название темы (раздела)	Семестр	Трудоемкость, часы					Шифр результата обучения
			Л	ПЗ	ЛР	СРО	Всего	
1	Креативный копирайтинг и общие положения авторского права	2	6	2		40	48	З(ПК-1-)
2	Авторские и смежные права	2	2	9		60	71	У(ПК-1-)
3	Защита авторских и смежных прав	2	2	1		20	23	В(ПК-1-)
ИТОГО:			10	12		120	142	

4.2. Содержание лекционного курса

№ пп.	Номер раздела	Название темы	Трудоемкость, часы		
			очная	очно-заочная	заочная
1	1-Креативный копирайтинг и общие положения авторского права	Предмет копирайтинга. Особенности личности копирайтера. Методы создания печатной рекламы. Многообразие типов текстов для печатной рекламы: заголовки, подпись к рисунку, слоган, логотип, тексты для телевизионной, радио рекламы и рекламы в интерактивных средствах информации. Процесс создания рекламного объявления: поиск идеи, создания текста и заголовка, учет композиционных и стилистических особенностей, и презентация рекламного продукта руководству агентства или клиенту. Классификация стилей рекламных текстов и различные подходы используемые при их создании.	2		
2	1-Креативный копирайтинг и общие положения авторского права	Методы создания печатной рекламы. Творческая платформа и концепция рекламы. Метод рекомендации. Метод стиля	2		

		жизни. Метод решения проблемы. Метод Бернбаха (Превращения негатива в позитив). Аннотация как документ, содержащий весь первоначальный материал, который необходим агентству для разработки крепкой рекламной стратегии. Составляющие креативной стратегии: целевая аудитория; предложение / позиционирование бренда; имидж бренда; интонация; дальнейшие рекомендации, например исследования.			
3	1-Креативный копирайтинг и общие положения авторского права	Заголовок – основной элемент рекламного текста. Типы заголовков. Подзаголовок, подпись к рисунку, слоган, логотип. Основные особенности заголовка, способного заинтересовать потенциального потребителя. Взаимодействие заголовка и иллюстрации. Использование крупного шрифта для заголовка. Включение в заголовок указания на преимущество, получаемое потребителем. Включение в заголовок названия продукта или торговой марки. Способность рекламиста послать своей аудитории целе-	2		

		направленное обращение уже в заголовке.			
1	2-Авторские и смежные права	Авторское право. Понятие, возникновение. Дуализм интеллектуальной собственности. История становления авторского права в России. Возникновение авторского права. Нормативно-правовое регулирование. Авторское право в России.	2		
1	3-Защита авторских и смежных прав	Субъекты и объекты авторских правоотношений. Срок действия авторского права. Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Срок действия исключительного права на произведение. Имущественные и неимущественные права авторов. Соавторство. Право на использование. Авторское право составителей, переводчиков; авторское право на служебное произведение. Авторское вознаграждение.	2		
	-	ИТОГО:	10		

4.4. Перечень практических занятий

Номер раздела	№ ПЗ	Трудоемкость, часы
---------------	------	--------------------

			очная	очно- заочная	заочная
1-Креативный копирайтинг и общие положения авторского права	1	Особенности личности копирайтера. Знания, навыки, умения в структуре личности копирайтера. Основные профессиональные требования к копирайтеру. Профессиональные качества специалиста-копирайтера. Понятие «креативной личности». Креативная личность = информация + впечатления + контакты + работоспособность + профессионализм.	1		
1-Креативный копирайтинг и общие положения авторского права	2	Копирайтинг как учебная дисциплина Роль и место копирайтинга в рекламных коммуникациях. Междисциплинарный характер копирайтинга. Взаимодействие копирайтеров и арт-директоров в рамках креативного отдела рекламного агентства. Мировой и отечественный опыт копирайтинга. Тенденции развития профессии.	1		
2-Авторские и смежные права	1	Креативность как творческий процесс Разделение	1		

		творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре). Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I» Сущность рекламного творчества. Цели и задачи креативной деятельности. Критерии креативности. Барьеры креативности.			
2-Авторские и смежные права	2	Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта. Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей. Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозговой атаки» А. Осборна и др.	1		
2-Авторские и смежные права	3	Структура рекламного текста. Понятие «рекламный текст». Основные элементы рекламного	2		

		текста. Логотип и слоган. Заголовок. Основной рекламный текст (ОРТ). Заключительная фраза (кода). Виды заголовков (информативные, побудительные, вопросительные). Структура ОРТ. Аргументация и иллюстрация в ОРТ. Принцип строения коды и эхо-фраза. Взаимосвязь вербальных и визуальных элементов рекламного текста. Классификация рекламных текстов.			
2-Авторские и смежные права	4	Создание слоганов и нейминг в деятельности копирайтера. Сущность понятия «нейминг». Направления нейминга и типология названий. Основные этапы разработки названия для компании, товара, услуги. Методы разработки. Рекламный слоган: суть и типология. Афористичность и философичность как важные признаки «хорошего» слогана. Художественные приемы создания слоганов.	2		

2-Авторские и смежные права	5	Работа копирайтера с брифом. Структура брифа. Понятие целевой аудитории. Роль ее изучения в деятельности копирайтера. Цели и задачи. Понятие инсайта. Основное рекламное сообщение. Рекламная идея и художественный образ. Разработка креативной концепции на основе брифа. Креативная концепция: визуальное и вербальное воплощение.	1		
2-Авторские и смежные права	6	Рекламные форматы в деятельности копирайтера. Понятие «рекламный формат» и его роль в копирайтинге. Основные форматы рекламы в прессе и их характеристика. Основные форматы печатной рекламы и их характеристика. Основные форматы рекламы на телевидении и их характеристика. Основные форматы рекламы на радио и их характеристика. Особенности рекламных форматов в Интернете.	1		
2-Авторские и смежные права	7	Основные понятия в авторском праве.	1		

		Отличия физической собственности от интеллектуальной собственности. Четвертая часть Гражданского кодекса РФ о защите интеллектуальной собственности. Авторское право. Критерий оригинальности; содержание и форма произведения. Регистрация, срок охраны авторского права. Неимущественные права и исключительное право авторов. Способы использования прав. Право на вознаграждение. Смежные права.			
3-Защита авторских и смежных прав	1	Ответственность за нарушение авторских прав. Ответственность за незаконное использование объектов авторского права или смежных прав. Контрафактные экземпляры. Преследование «пиратства» и плагиата. Проекты ЕС в сфере принудительного осуществления прав интеллектуальной собственности.	1		
-		ИТОГО:	12		

4.5. Виды СРО

Номер раздела	Вид СРО	Трудоемкость, часы
---------------	---------	--------------------

		очная	очно- заочная	заочная
1-Креативный копирайтинг и общие положения авторского права	подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	20		
1-Креативный копирайтинг и общие положения авторского права	изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	20		
2-Авторские и смежные права	подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	15		
2-Авторские и смежные права	изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	45		
3-Защита авторских и смежных прав	подготовка к сдаче зачета, экзамена	7		
3-Защита авторских и смежных прав	подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	5		
3-Защита авторских и смежных прав	изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	8		
-	ИТОГО:	120		

Темы для самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1. Креативный копирайтинг и общие положения авторского права

Предмет копирайтинга. Особенности личности копирайтера. Методы создания печатной рекламы. Многообразие типов текстов для печатной рекламы: заголовков, подпись к рисунку, слоган, логотип, тексты для телевизионной, радио рекламы и рекламы в интерактивных средствах информации.

Процесс создания рекламного объявления: поиск идеи, создания текста и заголовка, учет композиционных и стилевых особенностей, и презентация рекламного продукта руководству агентства или клиенту.

Классификация стилей рекламных текстов и различные подходы используемые при их создании.

Раздел 2. Авторские и смежные права

Авторское право. Понятие, возникновение. Дуализм интеллектуальной собственности.
История становления авторского права в России.
Возникновение авторского права. Нормативно-правовое регулирование. Авторское право в России.

Раздел 3. Защита авторских и смежных прав

Субъекты и объекты авторских правоотношений. Срок действия авторского права.
Объекты авторского права. Субъекты авторского права. Срок действия исключительного права на произведение. Имущественные и неимущественные права авторов. Соавторство. Право на использование. Авторское право составителей, переводчиков; авторское право на служебное произведение. Авторское вознаграждение.

5. Формы текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации

Перечень оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине приведен Фонде оценочных средств (приложение Б).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Сведения об обеспеченности дисциплины основной, дополнительной и учебно-методической литературой приведены в формах № 1-УЛ и № 2-УЛ (приложение А).

6.2. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины

Названия современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины	Ссылки на официальные сайты
Ассоциация коммуникативных агентств России	http://www.akarussia.ru
Библиотека по естественным наукам РАН	http://benran.ru/
Государственная публичная научно-техническая библиотека России	https://www.gpntb.ru/
Журнал «Советник», профессиональный PR-портал	www.sovetnik.ru
Информационная сеть «ТехЭксперт»	http://www.cntd.ru/
Российская ассоциация по связям с общественностью	www.raso.ru
Свободная энциклопедия	https://www.wikipedia.org/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1. Перечень специальных аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр., используемых при реализации дисциплины с перечнем основного оборудования

№ пп.	Номер помещения	Оснащенность помещения (перечень основного оборудования)	Наименование помещения
1	1-420в	Компьютер Intel Core 2 Duo E8200(1);Компьютер WIN i3-550(2);Компьютер персональный i3-4170/21,5" PHILIPS 226V4LAB(1);МФУ hp Laser Jet Pro M1536dnf<CE538A>A4(1);Монитор 19" Acer(1);Монитор ASUS VA24DQ Black 23,8", шт(3);Сервисное устройство для очистки Katun 3 м(1);Системный блок CRONA:i7 11700/DDR4 2*16GB/SSD 250Gb Samsung/HDD 1Tb/600W(3);Шкаф(ы) для хранения	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
2	3-201	Защитная RFID Система LSG405HF(1);Компьютер i3-2120(1);Компьютер i3-3220 K1 BenQ 21,5"(3);Компьютер i3-3240 21.5" Acer(2);Компьютер ПК НИКС\i3-4170\21.5"(1);Компьютер персональный-неттоп Celeron J1900/4Gb(1);Контрольно-кассовая машина Пионер 114Ф с ФН(1);МФУ hp Laser Jet Pro M1132<CE847A>A4(1);МФУ hp LaserJet Pro M1132<CE847A>(A4 принтер+сканер+копир)(1);Монитор Beng(1);Принтер Laser Jet 1020(1);Сканер Plustek Optic Book 4800(1);Универсальная RFID станция книговыдачи/программирования меток(3);Чековый принтер АТОЛ RP-326-USE черный Rev.6(3);Ящик каталожный 40 ячеек(5);Доступ к электронной информационно-образовательной среде (Корпоративная информационная система УГНТУ); Доступ в интернет;	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.
3	3-209а	AXIS M2026-LE МК II сетевая IP видекамера(4);Доска аудиторная ДА-12(6)(1);Источник Бесперебойного питания APC Back-UPS Pro(1);Коммутатор D-Link DGS-1510-28L(1);Коммутатор D-Link DGS-1510-20(1);Медиаконвертер D-Link DMC-1910R/A9A(1);Монитор 21 " Philips 223 V51 S B2(12);Мультимедийный проектор Sony VPL-EX175(1);Принтер лазерный hp LaserJet Pro400 M401dne <CF399A>(1);Системный блок i 5-3470 INWIN тип C3W(1);Системный блок i 5-3470 INWIN тип C3W(2);Системный блок C 6 W / i5-2320(1);Системный блок C6W/i5-2320(4);Системный блок C: W/ i5-2320(1);Столы, стулья	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения.
4	3-209а	AXIS M2026-LE МК II сетевая IP видекамера(4);Доска аудиторная 16	Учебная аудитория для проведения групповых и

7.2. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, используемых в учебном процессе при освоении дисциплины

№ пп.	Наименование ПО	Лицензионная чистота (реквизиты лицензии, свидетельства о гос. регистрации и т.п., срок действия)
1	MATLAB	Дата выдачи лицензии 10.12.2009, Поставщик: ЗАО "СофтЛайн Трейд"
2	Антивирус Kaspersky	Дата выдачи лицензии 27.10.2010

8. Организация обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся по данной образовательной программе, разрабатывается индивидуальная программа освоения дисциплины с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Приложение А

Форма № УЛ-1

СВЕДЕНИЯ

об обеспеченности дисциплины основной и дополнительной учебной литературой

Наименование дисциплины: (29114)(29114)Креативный копирайтинг и авторское право

Направление подготовки (специальность): 09.04.01 Информатика и вычислительная техника

Направленность: магистерская программа«Цифровые технологии в закупках и логистике»

Форма обучения: очная;

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Социальных и политических коммуникаций (СПК);

Тип	Назначение учебных изда- ний	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.	Адрес нахождения электронного	Кoeffициент
		очная	очно-заочная	заочная				
1	2	3	4	5	6	7	8	9

Основная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий; Для изучения теории;	2			Креативный менеджмент : учебник / А. А. Степанов, М. В. Савина, В. И. Салыгин [и др.] ; под ред. д. э. н., проф. А. А. Степанова и д. э. н., доц. М. В. Савиной. - б-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К?», 2023. - 318 с. - ISBN 978-5-394-05417-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2082992 (дата обращения: 09.08.2023). – Режим доступа: по подписке.	1	http://www.znanium.com	1.00
Основная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий; Для изучения теории;	2			Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 130 с. - ISBN 978-5-394-05306-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2082985 (дата обращения: 09.08.2023). – Режим доступа: по подписке.	1	http://www.znanium.com	1.00

Основная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий; Для изучения теории;	2			Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда) / В. Л. Музыкант, Д. С. Сканарев. - Москва : Директ-Медиа, 2019. - 273 с. - ISBN 978-5-4475-9709-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1995306 (дата обращения: 09.08.2023). – Режим доступа: по подписке.	1	http://www.znanium.com	1.00
Дополнительная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий; Для изучения теории;	2			Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие : [16+] / Д. Б. Луговой ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. – 131 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483728 (дата обращения: 09.08.2023). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный	1	https://biblioclub.ru	1.00

Дополнительная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий; Для изучения теории;	2			Ситдикова, Р. И. Обеспечение частных, общественных и публичных интересов авторским правом / Р. И. Ситдикова ; науч. ред. М. Ю. Чельшев. – Москва : Статут, 2013. – 159 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450127 (дата обращения: 09.08.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8354-0920-4. – Текст : электронный.	1	https://biblioclub.ru	1.00
Дополнительная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий; Для изучения теории;	2			Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 334 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930 (дата обращения: 09.08.2023). – Библиогр.: с. 319-322. – ISBN 978-5-394-00783-5. – Текст : электронный.	1	https://biblioclub.ru	1.00
Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 7 и 9 - библиотекой								

Составил:

_____ Бурангулов Э.Р. доцент кафедры СПК, кан-
д.полит. наук

Год приема 2023 г.

СВЕДЕНИЯ**об обеспеченности дисциплины учебно-методическими изданиями**Наименование дисциплины: (29114)(29114)Креативный копирайтинг и авторское правоНаправление подготовки (специальность): 09.04.01 Информатика и вычислительная техникаНаправленность магистерская программа«Цифровые технологии в закупках и логистике»Форма обучения очная;Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Социальных и политических коммуникаций (СПК);

Назначение учебных изданий	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.		Адрес нахождения электронного	Коэффициент
	очная	очно-заочная	заочная		Всего	в том числе		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий;	2			Учебно-методические указания по дисциплине "Креативный копирайтинг и авторское право" / УГНТУ, каф. СПК ; сост. Э. Р. Бурангулов. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 387,13 Кб. - URL: http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/SPK/Burangulov16875.pdf . - Текст : электронный.	1	0	http://bibl.rusoil.net	1.00
Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 6,7 и 9 - библиотекой								

Составил:

Бурангулов Э.Р. доцент кафедры СПК, канд.полит. наук

Год приема 2023 г.

Приложение Б

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

И.о директора ИНБ

_____ О.В. Кадесникова
29.06.2023

**Фонд оценочных средств по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
(29114) Креативный копирайтинг и авторское право**

Направление подготовки (специальность): 09.04.01 Информатика и вычислительная техника

Направленность: магистерская программа «Цифровые технологии в закупках и логистике»

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Социальных и политических коммуникаций (СПК);

Трудоемкость дисциплины: 4 з.е. (144час)

Уфа 2023

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разработал (и):

_____ Бурангулов Э.Р. доцент кафедры СПК, канд.полит. наук

—
Рецензент

_____ Гареев Э.С., профессор, зав. кафедрой СПК, канд. филос. наук

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине рассмотрен и одобрен на заседании кафедры Социальных и политических коммуникаций (СПК);, обеспечивающей преподавание дисциплины 06.03.2023, протокол №6.

Заведующий кафедрой Социальных и политических коммуникаций (СПК); _____ Э.С. Гареев

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой КФУ _____ О.Г. Кантор

Год приема 2023 г.

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
зарегистрирован 08.06.2023 № 6 в отделе МСОП и внесен в электронную базу данных

1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Шифр результата обучения	Результат обучения	Индикатор достижения компетенций	Показатели достижения результатов освоения компетенций	Вид оценочного средства
1	Креативный копирайтинг и общие положения авторского права	З(ПК-1-)	аналитический инструментарий при разработке и обосновании выбора управленческого решения в контексте специфики профессиональной деятельности	ПК-1.2 Применяет аналитический инструментарий при разработке и обосновании выбора управленческого решения в контексте специфики профессиональной деятельности	знает аналитический инструментарий при разработке и обосновании выбора управленческого решения в контексте специфики профессиональной деятельности	Письменный и устный опрос
2	Авторские и смежные права	У(ПК-1-)		ПК-1.2 Применяет аналитический инструментарий при разработке и обосновании выбора управленческого решения в контексте специфики профессиональной деятельности	умеет применять специфические методы и инструменты, направленные на повышение эффективности реализации управленческих решений	Письменный и устный опрос
3	Защита авторских и смежных прав	В(ПК-1-)		ПК-1.2 Применяет аналитический инструментарий при разработке и обосновании выбора управленческого решения в контексте специфики профессиональной деятельности	владеет навыками осуществления комплексного анализа среды функционирования бизнеса	Письменный и устный опрос Реферат Тестирование

2. Перечень оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

п/п	Вид оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Шкала оценки
-----	-------------------------	--	---	--------------

1	2	3	4	5
1	Письменный и устный опрос	Оценочное средство для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Позволяет выявить и восполнить пробелы в знаниях; повторить, закрепить, систематизировать материал; оценить знания, умения, теоретические и практические навыки; определить уровень сформированных у студентов компетенций по дисциплине (модулю)	Совокупность вопросов, заданий, упражнений, тестов для выполнения контрольных работ, домашних заданий, РГР и иных учебных работ. Комплект билетов для текущей и промежуточной аттестации	оценка <i>«отлично»</i> выставляется обучающемуся, если студент полностью освоил материал дисциплины в соответствии с учебной программой, включая вопросы, рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеет основными понятиями дисциплины оценка <i>«хорошо»</i> выставляется обучающемуся, если студент ответил полностью и без ошибок на предложенные вопросы и показавшему знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой оценка <i>«удовлетворительно»</i> выставляется обучающемуся, если студент дал недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ оценка <i>«неудовлетворительно»</i> выставляется обучающемуся, если студент дал неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях <i>«зачтено»</i> выставляется обучающемуся, если демонстрируется всестороннее и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания по данной дисциплине, демонстрируется усвоение литературы, рекомендованной программой, демонстрируется проявление творческих способностей в понимании, изложении и применении учебно-программного материала <i>«незачтено»</i> выставляется обучающемуся, если присутствуют серьезные пробелы в знании основного учебно-программного материала, допускаются принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий
2	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов, требования к их защите	оценка <i>«отлично»</i> выставляется обучающемуся, если студент полностью освоил материал дисциплины в соответствии с учебной программой, включая вопросы, рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеет основными понятиями дисциплины оценка <i>«хорошо»</i> выставляется обучающемуся, если студент ответил полностью и без ошибок на предложенные вопросы и показавшему знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой оценка <i>«удовлетворительно»</i> выставляется обучающемуся, если студент дал недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ оценка <i>«неудовлетворительно»</i> выставляется обучающемуся, если студент дал неполный ответ, представляющий собой

				разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях «зачтено» выставляется обучающемуся, если демонстрируется всестороннее и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания по данной дисциплине, демонстрируется усвоение литературы, рекомендованной программой, демонстрируется проявление творческих способностей в понимании, изложении и применении учебно-программного материала «незачтено» выставляется обучающемуся, если присутствуют серьезные пробелы в знании основного учебно-программного материала, допускаются принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий
3	Тестирование	Система стандартизированных простых и комплексных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний, умений и владений обучающегося.	Фонд тестовых заданий.	оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если студент полностью освоил материал дисциплины в соответствии с учебной программой, включая вопросы, рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеет основными понятиями дисциплины оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если студент ответил полностью и без ошибок на предложенные вопросы и показавшему знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если студент дал недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если студент дал неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях «зачтено» выставляется обучающемуся, если демонстрируется всестороннее и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания по данной дисциплине, демонстрируется усвоение литературы, рекомендованной программой, демонстрируется проявление творческих способностей в понимании, изложении и применении учебно-программного материала «незачтено» выставляется обучающемуся, если присутствуют серьезные пробелы в знании основного учебно-программного материала, допускаются принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий

Приложение В

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Письменный и устный опрос.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Устный опрос — метод контроля, позволяющий не только опрашивать и контролировать знания обучающихся но и сразу же поправлять, повторять и закреплять знания, умения и навыки.

Письменный опрос более лояльный, чем устный, так как дает обучающемуся время сосредоточиться, менять порядок заданий (например, начать отвечать с более легких вопросов).

Обучающемуся предоставляется перечень вопросов, на которые необходимо дать ответ.

Литература для выполнения:

Учебно-методические указания по дисциплине "Креативный копирайтинг и авторское право" / УГНТУ, каф. СПК ; сост. Э. Р. Бурангулов. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 387,13 Кб. - Текст : электронный.

Вопросы:

1. Предмет «Копирайтинга», его место и роль в системе рекламного бизнеса.
2. Междисциплинарный характер «Копирайтинга».
3. Особенности личности копирайтера.
4. Виды печатной рекламы.
5. Особенности «дразнящей рекламы».
6. Методы создания печатной рекламы.
7. Суть метода Бернбаха и возможности его применения для создания печатной рекламы.
8. Элементы, из которых состоит аннотация. Значение аннотации для разработки рекламной стратегии.
9. Рекламная стратегия: суть и структура.
10. Как соотносятся аннотация и творческое резюме.

Ответы:

1. Копирайтинг - это деятельность по разработке (на заказ) рекламных и имиджевых слоганов, девизов; а также по написанию (на заказ) рекламных и презентационных текстов.

Копирайтинг – copywriter (англ.) — составитель рекламных сообщений (или рекламных текстов).

Основной целью копирайтинга является убеждение слушателя, зрителя или читателя совершить нужное действие, например, купить продукт.

Виды копирайтинга:

- SEO-копирайтинг – создание текстов для людей и поисковых систем.
- Рерайтинг – переписывание чужого текста так, чтобы поисковые системы не уличили в плагиате и индексировали текст как совершенно уникальный.
- Рекламные тексты необходимы веб-сайтам для продвижения своего товара, услуги.
- Спичрайтинг. Написание текста для первых лиц страны, бизнесменов и общественных деятелей
- Нейминг – придумывание названий для товаров, услуг, брендов.
- Брендинг – создание нового бренда или изменение старого (ребрендинг), а также совокупность мер по его продвижению. В него входит нейминг, создание слоганов, работа с репутацией и проч.
- Веб-контент – всё, чем наполнены сайты. К веб-контенту можно отнести все виды копирайтинга.
- Офлайн-контент – тексты для визиток, листовок, буклетов и прочей полиграфической продукции.

3. В обязанности копирайтера входит написание правильных текстов, которые становятся доступны широкому кругу заинтересованных лиц (рекламные слоганы, и рекламные тексты, наполнение буклетов, сайтов и т.д.)

Копирайтер как личность, должен обладать такими особенностями:

- умение грамотно формулировать свои мысли, полноценно разяснять всё, о чем они знают
- отличаться любознательностью, стараться как можно чаще расширять свой кругозор
- отличаться эмоциональностью
- быть грамотным (пунктуация, грамматика, семантика)
- вне зависимости от того, для какой аудитории предназначается текст, нужно стараться сделать его максимально понятным и простым в изучении
- быть ответственным человеком, чтобы выполнять заказ в срок
- повышенное внимание к мелочам
- умение мотивировать собственную активность
- общительность

9. «Рекламная стратегия -- широкомасштабная и долгосрочная программа, направленная на решение важнейшей рекламной цели».

«Рекламная стратегия определяет сообщение или последовательность сообщений, которые должны быть доведены до целевой аудитории через оптимальный для нее набор медийных средств, например: реклама в печати или реклама на телевидении. Стоит обратить внимание, что в идеале рекламной стратегией должна управлять коммуникативная стратегия.»

Стратегия происходит от греческого слова стратос. Стратегия - выбор и расстановка приоритетов в каком-то множестве информации. Эти приоритеты могут быть временные, а могут быть постоянные, в зависимости от того, как решит стратег. Стратегия может быть статической и динамической. Статическая стратегия - это расстановка каких-то приоритетов без привязки ко времени. Для рекламной стратегии скорее подходит «проектирование». При разработке рекламной стратегии стоит задача следующего содержания: как из аспектов, в определенном финансовом объеме, информационном, временном, социальном, добиться такого оптимального сочетания этих аспектов, чтобы оказать наибольшее влияние. Это задача подобна созданию особенного сочетания, композиции которое приводит к системному эффекту влияния.

Реферат.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Литература для выполнения:

Учебно-методические указания по дисциплине "Креативный копирайтинг и авторское право" / УГНТУ, каф. СПК ; сост. Э. Р. Бурангулов. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 387,13 Кб. - Текст : электронный.

Реферат — краткий доклад или презентация по определённой теме, где собрана информация из одного или нескольких источников.

Этапы подготовки реферата

Порядок подготовки к написанию реферата включает следующие этапы:

1. Подготовительный этап, включающий изучение предмета исследования.

1) Выбор и формулировка темы.

Тема в концентрированном виде должна выражать содержание будущего текста, заключать проблему, скрытый вопрос.

2) Поиск источников.

Составить библиографию, используя систематический и электронный каталоги библиотеки филиала, а также электронно-библиотечных систем; изучить относящиеся к данной теме источники и литературу.

3) Работа с несколькими источниками.

Выделить главное в тексте источника, определить их проблематику, выявить авторскую позицию, основные аргументы и доказательства в защиту авторской позиции, аргументировать собственные выводы по данной проблематике.

4) Систематизация материалов для написания текста реферата.

2. Написание текста реферата.

1) Составление подробного плана реферата.

План реферата - это основа работы. Вопросы плана должны быть краткими, отражающими сущность того, что излагается в содержании.

Рекомендуется брать не более двух или трех основных вопросов. Не следует перегружать план второстепенными вопросами.

2) Создание текста реферата.

Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы. Связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов. Цельность – смысловая законченность текста.

При написании реферата не следует допускать:

- дословное переписывание текстов из книг и Интернет;
- использование устаревшей литературы;
- подмену научно-аналитического стиля художественным;
- подмену изложения теоретических вопросов длинными библиографическими справками;
- небрежного оформления работы.

Примерные темы для рефератов:

Основные этапы создания рекламного текста. Подготовительный этап. Создание копирайтером информационного перечня.

2. Современная рекламная слоганистика. Виды рекламных слоганов.

3. Важнейшие характеристики потребителя, которые необходимо учитывать при создании рекламного текста.

4. Важнейшие характеристики продукта и их отражение в рекламном тексте. Основные требования к вербальной составляющей таких характеристик. «Запреты» для копирайтера на использование некоторых лексических и фразеологических средств.

5. Функции рекламного заголовка и подзаголовка. Основные правила создания рекламного заголовка.

6. Взаимодействие визуальной и вербальной части в разных видах рекламы.

7. Брифы в современном рекламном агентстве. Творческое задание – основа работы копирайтера.

8. Композиция рекламного медиатекста. Виды композиций в зависимости от рекламного канала.

9. Понятия коммуникативной эффективности рекламного текста. Основные требования к коммуникативной целостности рекламного текста.

10. Ошибки, нарушающие коммуникативную эффективность рекламного текста. Алгоритмы их исправления.

Тестирование.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

Тестирование – это исследовательский метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей и других качеств личности, а также их соответствие определенным нор-

мам путем анализа способов выполнения испытуемым ряда специальных заданий.

Литература для выполнения:

Учебно-методические указания по дисциплине "Креативный копирайтинг и авторское право" / УГНТУ, каф. СПК ; сост. Э. Р. Бурангулов. - Уфа : УГНТУ, 2023. - 387,13 Кб. - Текст : электронный.

Тест

1. Может ли быть субъектом авторского права трехлетний ребенок?

+ да, может;

- нет, не может до достижения им 14 лет;

- нет, его авторские права переходят к одному из родителей.

2. Исключительное авторское право действует в течение:

всей жизни автора и 70 лет после его смерти;

всей жизни автора;

50 лет после создания уникального произведения;

3. Срок действия авторского права на произведение, созданное участником Великой Отечественной войны:\

+ увеличивается на 4 года;

- неограничен;

- не отличается от срока действия по общему правилу.

4. Источником авторского права не является:

+ литературное произведение;

- Конституция РФ;

- Гражданский кодекс РФ.

5. Субъективное авторское право возникает:

+ по факту создания произведения;

- после обнаружения произведения в установленном законом порядке;

- после регистрации произведения.

6. Объектами авторского права являются:

+ географические карты;

- информационные программы новостей;

- тексты актов органов местного самоуправления.

7. Объектом прав, смежных с авторскими, будет являться:

+ фонограмма;

- фотография;

- пантомима.

8. Как определить срок действия авторского права, если автор умер 24 августа 2009 года?

+ Срок действия в 70 лет после смерти автора начнется с 1 января 2010 года;

- Срок действия 70 лет после смерти автора начнется с 25 августа 2009 года;

- Срок действия авторского права заканчивается в день смерти автора.

9 Авторскими правами признаются:

+ интеллектуальные права на произведения искусства, науки и культуры;

- интеллектуальные права на результаты исполнительской деятельности;

- права на сообщения радиопередач.

10. Соавторство возможно:

+ независимо от того, образует ли созданное несколькими авторами произведение единое целое или состоит из отдельных частей;

- только если произведение едино и его нельзя разделить на составные части;

- только если произведение включает в себя относительно самостоятельные фрагменты, созданные разными авторами.

11. Авторскими правами на переработку оригинального произведения не обладает:

+ читатель книги;

- переводчик книги;
 - составитель сборника стихов.
12. Владелец исключительного права на созданную им базу данных:
- + может зарегистрировать ее по своему желанию в Реестре баз данных;
 - обязан зарегистрировать эту базу в федеральном исполнительном органе по интеллектуальной собственности;
 - не может осуществить регистрацию базы, поскольку эта процедура законом не предусмотрена.
13. Какое максимальное количество программ может содержаться в одной заявке на их регистрацию в Реестре программ для ЭВМ?
- + Одна;
 - Три;
 - Пять.
14. Кто не может считаться автором кинопроизведения?
- + Актер;
 - Сценарист;
 - Режиссер-постановщик.
15. В каком случае может быть передано право признаваться автором произведения?
- + Указанное право неотчуждаемо и непередаваемо ни при каких обстоятельствах;
 - При наделении другого лица правом использовать произведение;
 - Если исключительное право на произведение перешло иному лицу.
16. Право на неприкосновенность произведения включает в себя недопущение производства без согласия автора следующих действий:
- + все ответы верные;
 - добавление иллюстраций, послесловий, пояснений;
 - внесение сокращений, дополнений, изменений.
17. В течение какого срока должно осуществлять свои полномочия лицо, на которое завещатель возложил обязанность по охране авторства, авторского имени и неприкосновенности произведения после своей смерти?
- + Пожизненно;
 - В течение срока исковой давности;
 - В течение 70 лет, начиная с 1 января года, следующего за годом смерти завещателя-автора.
18. Действие, которое совершается в первый раз и делает произведение доступным для всего общества, называется:
- + обнародованием;
 - опубликованием;
 - публичным исполнением.
19. Что из указанного не является обязательным элементом знака охраны авторского права?
- + Фраза «Все права защищены»;
 - Латинская буква «С» в окружности;
 - наименование правообладателя и год первого опубликования произведения.
20. Что из указанного является свободным воспроизведением произведения в личных целях?
- + Прослушивание музыки на персональном компьютере;
 - Репродуцирование книги;
 - Воспроизведение архитектурного произведения в форме здания.
21. Для каких целей правомерному владельцу экземпляра программы для ЭВМ разрешено делать копию этой программы?
- + оба ответа верные;
 - для архивных целей;
 - для замены оригинала, если тот утерян, уничтожен или перестал быть пригодным.
22. Тест. Что является исключением из правила о недопущении взыскания на исключительное право автора на произведение?
- + Договор залога, предметом которого является это право;
 - Договор на отчуждение исключительного права на произведение;

- Договор авторского заказа.

23. Если срок открытой лицензии на использование произведения искусства не определен, то считается, что договор присоединения заключен на:

+ 5 лет;

- 1 год;

- бессрочно.

24. Льготный срок, добавляемый к основному сроку по договору авторского заказа, по общему правилу составляет:

+ одну четвертую часть предусмотренного договором срока;

- половину предусмотренного договором срока;

- 10 дней.

25. Какая латинская буква в окружности служит знаком правовой охраны смежных прав?

+ Р;

- Е

- В.

26. Кто из указанных лиц не является исполнителем произведения?

+ Режиссер кинофильма;

- Режиссер-постановщик спектакля;

- Дирижер.

27. Кто вправе досрочно прекратить исключительное право публикатора на произведение?

+ Суд;

- Прокуратура;

- Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

28. Какое решение уполномочен принять суд, если юридическое лицо неоднократно нарушило исключительное право на какой-либо результат интеллектуальной деятельности?

+ Ликвидировать указанное юридическое лицо;

- Подвергнуть эту организацию процедуре банкротства;

- Реорганизовать данное юридическое лицо.

29. Сопровождение произведения сурдопереводом в целях упрощения восприятия этого произведения лицами с ограниченными физическими возможностями:

+ допускается без согласия автора и без выплаты ему вознаграждения;

- допускается только с согласия автора и с выплатой ему вознаграждения;

- допускается без согласия автора, но с выплатой ему вознаграждения.

30. Какой момент считается дачей согласия пользователя на заключение лицензионного договора в упрощенном порядке на использование им программы для ЭВМ?

+ Момент начала использования указанной программы;

- Момент приобретения указанной программы;

- Момент обнародования программы.

Аннотация к рабочей программе дисциплины (29114) Креативный копирайтинг и авторское право

Направление подготовки (специальность): 09.04.01 Информатика и вычислительная техника

Направленность: магистерская программа «Цифровые технологии в закупках и логистике»

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная;

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Социальных и политических коммуникаций (СПК);

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1- МЭК18, МЭК30-23 Способен разрабатывать комплексные решения в бизнесе:
- ПК-1.2 Применяет аналитический инструментарий при разработке и обосновании выбора управленческого решения в контексте специфики профессиональной деятельности

Результат обучения

Знать:

ПК-1--2 аналитический инструментарий при разработке и обосновании выбора управленческого решения в контексте специфики профессиональной деятельности

Уметь:

ПК-1--2 применять специфические методы и инструменты, направленные на повышение эффективности реализации управленческих решений

Владеть:

ПК-1--2 навыками осуществления комплексного анализа среды функционирования бизнеса

Краткая характеристика дисциплины

Креативный копирайтинг и общие положения авторского права; Авторские и смежные права; Защита авторских и смежных прав;

Трудоёмкость (з.е. / часы)

4 з.е. (144 час)

Вид промежуточной аттестации

диф.зачет;

Разработчик(и):

_____ Бурангулов Э.Р. доцент кафедры СПК, канд.полит. наук

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой КФУ _____ О.Г. Кантор