

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

**О.И. Карелин**

**КОПИРАЙТИНГ**

**Методические указания  
по выполнению контрольной работы**

*Электронное издание*

Красноярск 2018

*Рецензент*

*О.В. Зинина, канд. экон. наук, доц. каф. экономики и управления*

**Карелин, О.И.**

**Копирайтинг:** методические указания по выполнению контрольной работы [Электронный ресурс] / О.И.Карелин; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2018. – 13 с.

Содержит информацию по выполнению контрольной работы и ее оформлению.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг в АПК» заочной формы обучения.

Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Красноярского государственного аграрного университета

© Карелин О.И., 2018

© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», 2018

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Цель и задачи контрольной работы, ее место в изучении дисциплины	4
2. Порядок выбора варианта и тематика контрольных работ	5
3. Структура контрольной работы	6
4. Требования к оформлению контрольной работы	7
5. Порядок представления контрольной работы, ее проверки и доработки	11
Приложение	12

## **1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ, ЕЕ МЕСТО В ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

Контрольная работа – одна из важнейших форм самостоятельной работы студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг в АПК» заочной формы обучения.

Написание контрольной работы предполагает:

- активизацию полученных теоретических знаний;
- творческое отношение к изучаемой теме;
- приобретение опыта самостоятельной работы над литературой (в т.ч. по поиску и подбору литературы);
- написание развернутой теоретической работы;
- получение первых навыков самостоятельного исследования.

Цель выполнения контрольной работы:

- закрепление, углубление и обобщение знаний по дисциплине «Эффективная реклама»;
- закрепление навыков работы с научной литературой и электронными изданиями;
- формирование навыков решения практических задач в рамках дисциплины.

## **2. ПОРЯДОК ВЫБОРА ВАРИАНТА И ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ**

Теоретическая часть контрольной работы должна быть выполнена по варианту, соответствующему последней цифре зачетной книжки студента (вариант № 1 выполняется студентом, последняя цифра зачетной книжки которого равна 1; вариант № 2 – 2; вариант № 10 – 0).

Объект исследования для выполнения второй части контрольной работы выбирается студентом самостоятельно.

### **Тематика контрольных работ**

1. Копирайтинг как понятие и практическая дисциплина: цели и задачи, основные понятия, история базовых терминов.
2. Основные вербальные компоненты рекламного продукта (обзор).
3. Схема рекламной коммуникации.
4. Взаимодействие вербальной и невербальной составляющей рекламного продукта на разных этапах рекламной коммуникации.
5. Заголовок и подзаголовок рекламного сообщения: различные классификации заголовков (по прозрачности содержания, использованию коммуникативной техники и пр.), требования к эффективному заголовку, графическое оформление заголовка, недостатки, типы подзаголовков.
6. Основной рекламный текст: классификация рекламного текста.
7. Композиция рекламного текста, композиционные части, композиционные модели.
8. Виды основной маркетинговой информации и способы включения ее в текст.
9. Жанровое разнообразие основных рекламных текстов: информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры.
10. Психографика рекламы: расположение текста и его геометрия, макеты, шрифты и пр.

### 3. СТРУКТУРА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Контрольная работа по дисциплине «Копирайтинг» состоит из введения, основной части, заключения, списка использованной литературы, приложения.

**Во введении** необходимо обосновать актуальность изучаемого вопроса, поставить цель, задачи.

**В основной части** контрольной работы раскрывается выбранная тема в соответствии с целью и задачами. В раскрытии вопроса должно быть отражено его современное понимание, при этом характер исполнения не должен быть сугубо описательным.

**Практическая часть** контрольной работы предполагает выполнение творческого задания по подготовке рекламного обращения.

Методика выполнения работы:

1. Выбрать самостоятельно предмет для подготовки рекламного обращения (товар, услуга и пр.).

2. Изучить выбранный предмет, определив основную рекламную идею и уникальность товарного предложения.

3. Определить и описать группу потенциальных потребителей.

4. Выбрать каналы передачи сообщения с учетом интересов целевой аудитории.

5. Подготовить текст рекламного сообщения, строго соблюдая все предъявляемые к нему требования.

6. Привести текст сообщения в контрольной работе.

#### 4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Контрольная работа по дисциплине «Копирайтинг» состоит из двух частей: теоретической, в которой студент излагает теоретические основы в рамках выбранного направления исследования, и практической, где необходимо продемонстрировать навыки применения теоретических знаний на практике.

Материал в контрольной работе должен быть изложен четко и последовательно в соответствии с самостоятельно составленным планом; в текстовой части каждый вопрос должен быть выделен отдельно.

Контрольная работа должна содержать обобщения и выводы, сделанные на основе изучения литературы в целом.

Контрольная работа должна содержать список литературы, которую студент изучил и использовал при написании работы. Список должен иметь точные библиографические данные.

Контрольная работа должна отвечать следующим требованиям:

- соответствие теме;
- полнота освещения рассматриваемых вопросов;
- четкость построения;
- наличие аргументированных выводов.
- обоснованность рекомендаций (практическая часть контрольной работы).

Контрольная работа переплетается в следующей последовательности:

1. Титульный лист (см. Приложение).
2. Содержание.
3. Теоретическая часть.
4. Практическая часть.
5. Список использованной литературы.
6. Приложения.

Требования к оформлению: текстовые документы располагают на одной стороне листа белой (писчей) бумаги формата А4 (210×297 мм) через 1,5 интервала.

Шрифт – черный, 14-й кегль, *Times New Roman*. Поля: слева, сверху, снизу – 25 мм, справа – 15 мм. Отступ 15 мм.

Стиль основной: шрифт (по умолчанию) *Times New Roman*, 14 пт. Отступ: первая строка – 1,5 см. По ширине.

Междустрочный интервал 1,5 строки (устанавливается в выкладке стили для всего документа за исключением таблиц).

Нумерация страниц сквозная и включает титульный лист и приложения. Страницы нумеруются арабскими цифрами в центре нижней части страницы без точки. На титульном листе номер страницы не указывается, но учитывается при подсчете страниц.

Перед каждым перечислением следует ставить дефис или строчную букву (за исключением ё, з, о, ч, ь, й, ы, ь), после которой ставится скобка.

Пример

а) \_\_\_\_\_

б) \_\_\_\_\_

1) \_\_\_\_\_

2) \_\_\_\_\_

Перечисления могут состоять как из законченных, так и незаконченных фраз.

Незаконченные фразы пишутся со строчных букв и обозначаются арабскими цифрами или строчными буквами с полукруглой закрывающей скобкой.

Законченные фразы пишутся с абзацными отступами, начинаются с прописных букв и отделяются друг от друга точкой.

Основную вводную фразу нельзя обрывать на предлогах или союзах (на, из, от, то, что, как и т.п.).

Сокращение слов не допускается. Исключения – сокращения, общепринятые в русском языке.

При ссылках на использованные источники указывают порядковый номер по списку источников в скобках. Пример: [5].

Текст цитаты заключается в кавычки с сохранением особенностей авторского написания. Научные термины, предложенные другими авторами, не заключаются в кавычки, исключая случаи полемики. В этих случаях употребляется выражение «так называемый». При цитировании каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

В текстовых документах применяют следующие виды иллюстраций: чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотоснимки, ленты с записью самопишущего прибора, при этом они указываются в тексте как рисунки. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в тексте. Иллюстрации располагают непосредственно после первого упоминания или на следующей странице. Все иллюстрации нумеруют арабскими цифрами сквозной нумерацией.

При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2».

Ссылки на ранее упомянутые иллюстрации дают с сокращенным словом «смотри», например: (см. рис. 3).

Пример

Рисунок 2 – Динамика заработной платы маркетолога-аналитика

Построение таблиц. Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Допускается приводить в таблицах текстовый материал. Таблицы за исключением таблиц приложений следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. В таблицах рекомендуется использовать 12 шрифт, 1 интервал.

Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. На все таблицы документа должны быть приведены ссылки следующим образом: «...в табл. 1». Над левым верхним углом таблицы с абзацного отступа помещают надпись «Таблица» с указанием ее номера. Заголовки граф таблицы начинают с прописных букв, а подзаголовки – со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком.

Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, ее делят на части, помещая одну часть под другой или рядом, при этом в каждой части таблицы повторяют ее головку и боковик. При делении таблицы на части допускается головку или боковик заменять соответственно номером граф и строк. При этом нумеруют арабскими цифрами графы и (или) строки первой части таблицы.

При переносе части таблицы на ту же или другие страницы название таблицы помещают только над первой частью.

Слово «таблица» указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова «Продолжение таблицы» с указанием номера (обозначения) таблицы.

Если в конце страницы таблица прерывается и ее продолжение будет на следующей странице, в первой части таблицы нижнюю горизонтальную линию, ограничивающую таблицу, не проводят.

Допускается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа документа (альбомная ориентация страницы).

Графу «№ п/п» в таблицу не включают. При необходимости нумерации показателей или других данных порядковые номера указывают арабскими цифрами в боковике таблицы перед их наименованием.

Если цифровые или иные данные в таблице не приводят, то в графе ставят прочерк (тире). При наличии в документе небольшого по объему цифрового материала его целесообразно оформлять текстом, а не таблицей и располагать цифровые данные в виде колонок.

Приложениями могут быть графический материал, таблицы большого формата, расчеты, описания аппаратуры и приборов, копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, производственные планы и протоколы, отдельные положения из инструкций и правил, ранее неопубликованные тексты, переписка и т.п. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты и т.д.

## **5. ПОРЯДОК ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ, ЕЕ ПРОВЕРКИ И ДОРАБОТКИ**

Контрольная работа, подготовленная и оформленная в соответствии с требованиями, изложенными в разделе 4 настоящих рекомендаций, представляется на кафедру управления и маркетинга в АПК не позднее чем за три дня до начала экзаменационной сессии. На титульном листе проставляются номер и дата представления работы (при условии соответствия варианта представленной работы варианту, закрепленному за студентом), после чего работа передается для проверки преподавателю.

Преподаватель проверяет работу в течение 7 дней с момента ее получения.

Студент допускается к экзамену только при условии получения положительной оценки за контрольную работу.

### **Критерии оценки контрольной работы**

«Зачтено» выставляется, если работа безупречно выполнена или имеет незначительные недостатки, но в основном тема (теоретическая часть контрольной работы) понимается и раскрывается верно, а практическая часть контрольной работы отражает умение студента применить на практике полученные теоретические знания.

«Не зачтено» выставляется, если содержание темы не раскрыто в требуемом объеме, работа выполнена не самостоятельно, без привлечения необходимых источников (например, на базе одного источника), написана неразборчиво или оформлена небрежно, наспех.

Контрольная работа, признанная не отвечающей предъявляемым требованиям, возвращается студенту для доработки, при этом указываются ее недостатки и даются рекомендации для их устранения. Студенту предлагается с учетом замечаний преподавателя вторично представить контрольную работу по тому же варианту до даты проведения экзамена вместе с первой работой.

Контрольная работа возвращается студенту без проверки, если она выполнена не по заданиям, утвержденным кафедрой.

Студент, не представивший в установленный срок контрольную работу, не допускается к экзамену по дисциплине. Если студент не смог представить контрольную работу в установленный срок по уважительной причине, то на основании решения кафедры ему определяется конкретный срок сдачи контрольной работы.

# ПРИЛОЖЕНИЕ

## Образец оформления титульного листа

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Департамент научно-технологической политики и образования  
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

Институт экономики и управления АПК  
Кафедра управления и маркетинга в АПК

Контрольная работа по дисциплине  
«Копирайтинг»

Выполнил: \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. студента)

Направление: 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг в АПК»

Курс I          Группа \_\_\_\_\_

Подпись \_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_

Проверил: \_\_\_\_\_

(ученая степень, должность, Ф.И.О. преподавателя)

Красноярск 20 \_\_\_\_

# **КОПИРАЙТИНГ**

*Методические указания  
по выполнению контрольной работы*

**Карелин Олег Игоревич**

Редактор Л.Э. Трибис

*Электронное издание*

Подписано в свет 17.05.2018. Регистрационный номер 94  
Редакционно-издательский центр Красноярского государственного аграрного университета  
660017, Красноярск, ул. Ленина, 117  
e-mail: rio@kgau.ru