

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Копирайтинг»

Дисциплина «Копирайтинг» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; способности определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций. Задачи дисциплины: формирование знаний: - правовые и этические основы копирайтинга; - элементы и этапы создания рекламного текста согласно каналам коммуникации с различными целевыми аудиториями; - виды и жанры рекламного и PR-текста в зависимости от канала коммуникации; - специфику рекламного и PR-текста в зависимости от различных типов целевых аудиторий; формирование умений: - создавать рекламный и PR-текст согласно правовым и этическим основам копирайтинга; - создавать рекламный и PR-текст согласно каналам коммуникации с различными целевыми аудиториями; - создавать рекламный и PR-текст в зависимости от канала коммуникации; - создавать рекламный и PR-текст в зависимости от различных типов целевых аудиторий; формирование навыков: - копирайтинга в интернете, создания контента в социальных сетях согласно правовым и этическим основам копирайтинга, каналам коммуникации с различными целевыми аудиториями; - анализа эффективности и соответствия нормам современного русского языка элементов рекламного текста; - рерайтинга, копирайтинга, SEO-копирайтинга, LSI-копирайтинга, UX-копирайтинга..

Изучаемые объекты дисциплины

Понятия «копирайтинг», «PR-текст», направления деятельности копирайтера. PR-текст как объект копирайтинга и смежных лингвистических дисциплин. Принципы создания, анализа PR-текста. Основы редактирования PR-текста..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	4
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	90	36	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16		16
- лабораторные работы (ЛР)	68	32	36
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)			
- контроль самостоятельной работы (КСР)	6	4	2
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	126	72	54
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	72	36	36
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	288	144	144

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
3-й семестр				
Текст как коммуникативный продукт. Основные категории текста	0	10	0	24
Основные текстовые категории (цельность, связность, завершенность, законченность). Цельность и связность в тексте. Соответствие текста нормам современного русского языка. Логическая структура текста. Композиция.				
Элементы рекламного текста.	0	12	0	24
Элементы рекламного текста. Заголовок, подзаголовок, лид, подпись к изображению, основная часть, слоган, эхо-фраза. Слоган. Требования к эффективному слогану. Нейминг. Требования к эффективному имени				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Введение в проблему. Текст как элемент медиакommunikационной системы	0	10	0	24
Рекламный дискурс. Копирайтинг как часть рекламного дискурса. Виды копирайтинга. Эволюция публицистической речи. Новые форматы текста, эволюция прежних форматов				
ИТОГО по 3-му семестру	0	32	0	72
4-й семестр				
Этапы создания текста.	4	10	0	10
Этапы создания рекламного текста: исследование продукта, анализ аудитории, постановка целей и задач текста, композиция и логическая структура текста (аргументация в рекламном тексте), написание текста, редактурa текста, оформление, тестирование. Учет каналов коммуникации с различными целевыми аудиториями при создании рекламного текста				
Правовые и этические нормы регулирования копирайтинга.	4	6	0	12
Правовые и этические основы копирайтинга. Плагиат и система «Антиплагиат».				
Специфика копирайтинга в интернете.	2	6	0	10
Копирайтинг в интернете. Сайт, рассылка, рекламный блок, лендинг. Рерайтинг, копирайтинг, seo-копирайтинг, LSI-копирайтинг, UX-копирайтинг. Digital-ресурсы для написания и изменения текста				
Текст как контент в социальной сети.	2	6	0	10
Реклама и PR в социальной сети. Виды контента. Контент-план. сторителлинг как вид художественного копирайтинга. Блогинг				
Виды и жанры рекламного и PR-текста. Каналы коммуникации.	4	8	0	12
Виды и жанры PR-текста в зависимости от канала коммуникации. Внутренние и внешние тексты. Виды рекламных и PR-текстов в интернете				
ИТОГО по 4-му семестру	16	36	0	54
ИТОГО по дисциплине	16	68	0	126