

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 (ОПК-5); способности определять, анализировать и описывать целевые аудитории (стейкхолдеров), каналы коммуникации с ними и коммуникационную среду для реализации стратегии коммуникаций (ПКО-3). 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	36		36
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	252	108	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				
Тема 1. Введение в проблему. Текст как элемент медиакоммуникационной системы	0	10	0	24
Рекламный дискурс. Копирайтинг как часть рекламного дискурса. Виды копирайтинга. Эволюция публицистической речи. Новые форматы текста, эволюция прежних форматов				
Тема 2. 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.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 3. 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				
ИТОГО по 3-му семестру	0	32	0	72
4-й семестр				
Тема 8. Правовые и этические нормы регулирования копирайтинга.	4	6	0	12
Правовые и этические основы копирайтинга. Плагиат и система «Антиплагиат».				
Тема 4. 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, редакция текста, оформление, тестирование. Учет каналов коммуникации с различными целевыми аудиториями при создании рекламного текста				
Тема 7. 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. Блоггинг				
Тема 5. 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				
Тема 6. 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				
ИТОГО по 4-му семестру	16	36	0	54
ИТОГО по дисциплине	16	68	0	126