

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна  
Должность: Проректор по учебной работе  
Дата подписания: 19.06.2021  
Уникальный программный ключ:  
faa404d1aeb2a023b5f4a771ee5ddc540496512d

## Аннотация

**учебной дисциплины «Б1.О.24 Основы копирайтинга»**  
**направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
**профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

Целью изучения дисциплины «Основы копирайтинга» является формирование понимания закономерностей функционирования рекламного текста и современных тенденций копирайтинга в практике рекламного бизнеса.

### Задачи изучения дисциплины:

- знакомство с основными системными теориями рекламы и маркетинга на глобальном уровне;
- определение основных задач рекламного работника-копирайтера в современном медиaprостранстве;
- развитие навыков практического анализа рекламных сообщений и текстов на основании социологических исследований в области рекламы;
- знакомство с процедурами создания нейминга, слоганов, бренд-лайнов, разработки текстовой рекламы для полиграфии, Интернет и сценариев радио и ТВ рекламы с точки зрения текста и сюжета;
- выявление особенностей коммуникации на современных информационных рынках и общих закономерностей их развития на современном этапе;
- понимание и оценка стандартов качества при изготовлении рекламного продукта.

### Основные блоки и темы дисциплины (дидактические единицы):

Понятие и сущность копирайтинга. Виды текстов в рекламе и PR. Методы создания рекламного продукта. Редактирование текстов. Структурная организация текстовых сообщений в рекламе. Коммуникативные стратегии рекламных текстов. Процесс создания рекламного текста. Особенности личности копирайтера. Создание слоганов и нейминг в деятельности копирайтера.

Дисциплина «Основы копирайтинга» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 и направлена на изучение теории и практики написания рекламного текста – копирайтинга.

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие общепрофессиональные компетенции:

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

Индикаторы достижения компетенций:

ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.

ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Индикаторы достижения компетенций:

ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

В результате освоения дисциплины студент должен:

### знать:

- терминологию и сущность копирайтинга, ориентироваться в компонентах рекламного и PR текстов, понимать их значимость;
- методики анализа знаковых систем рекламных сообщений; виды и средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; жанры рекламных текстов; типологию

основных форм и типов рекламных текстов, законы их составления;

- нормы современного русского литературного языка, специфику их использования в устной и письменной деловой коммуникации; - нормы речевого этикета;

**уметь:**

- использовать мировой и отечественный опыт копирайтинга с учётом тенденций развития этой сферы на современном этапе;

- делать стилистический анализ текстов; оценивать профессиональную ценность и социальнопсихологическое воздействие PR-текста, его коммуникативную эффективность;

- классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы; ориентироваться в семиотической природе рекламы;

**владеть:**

- навыками составления рекламного текста в соответствии с каналом передачи информации; навыками оценки их эффективности, успешности;

- навыками работы с рекламными и PR-текстами; прикладными методами и методиками анализа информации.

- навыками составления и редактирования текстов официально-делового стиля, ведения деловой переписки.

Дисциплина «Основы копирайтинга» изучается посредством лекций, практических занятий, где используются слайд-лекции, тематические семинары, деловые игры, и завершается экзаменом.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

**Вид промежуточной аттестации:** зачет.

Разработчик  
канд. экон. наук



Галинская Н.Н.

Зав. кафедрой маркетинга,  
сервиса и туризма



Кумпилова А.Р.