

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины Б1.Б.26 «Основы копирайтинга»
направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Цель изучения дисциплины - ознакомление студентов с основными видами рекламных и PR-текстов и методами их создания.

Задачи:

- сформировать представления об основных направлениях копирайтинга как сферы рекламной деятельности;
- ознакомить студентов с видовым многообразием существующих вербальных форм представления рекламной идеи и ее воплощения в рекламном продукте;
- ознакомить студентов с методиками анализа знаковой основы рекламных сообщений;
- ознакомить студентов с видами PR-текстов и выработать умения по составлению материалов для работы структур по связям с общественностью;
- сформировать практические навыки составления рекламных текстов различных жанров.

Основные блоки и темы дисциплины:

Копирайтинг как учебная дисциплина. История копирайтинга. Значение, задачи, функции и виды копирайтинга, целевая аудитория копирайтера и профессиональная этика копирайтера. Выгода в рекламном тексте. Стратегия рекламы. Идея рекламы. Процесс создания рекламного текста. Структура рекламного текста и его элементы. Рекламный заголовок. Слоган. Основной рекламный текст. Эхо-фраза. Особенности рекламных текстов для различных целевых аудиторий. Особенности текстов для различных носителей рекламы. Творческое резюме (бриф).

Учебная дисциплина «Основы копирайтинга» входит в перечень дисциплин базовой части ОПОП.

В результате изучения дисциплины «Основы копирайтинга» у обучающегося формируются следующие общекультурные (ОК) и общепрофессиональные (ОПК) компетенции, предусмотренные ФГОС ВО:

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОПК-3 – обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга.

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

знать: основы копирайтинга; структуру и форму основных видов PR-материалов, классификацию PR-текстов;

уметь: составлять рекламные тексты; точно, красиво и убедительно излагать свои мысли в устной и письменной форме; использовать различные виды аргументации, определять стиль и структуру рекламного текста; под контролем осуществлять подготовку рекламных текстов, организовать подготовку к выпуску, производству текстовую часть рекламной продукции;

владеть: навыком разбираться в типах рекламных текстов; навыками грамотного составления рекламных и PR-текстов, предназначенные для внутренней и внешней аудитории, для средств массовой информации; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования и копирайтинга.

Дисциплина «Основы копирайтинга» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий,

самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: зачет.

Разработчик:
канд. экон. наук



Галинская Н.Н.

Зав. выпускающей кафедрой
направления

Кумпилова А.Р.