

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Копирайтинг в мультимедийном пространстве

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

5 семестр

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Копирайтинг в мультимедийном пространстве» является изучение теорией копирайтинга и обучение первичными практическими навыками работы с текстами, сбор необходимой информации, разработка темы, написание различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной и PR-кампаний.

Задачами курса являются:

1. изучение сущности копирайтинга, его места и роли в системе рекламного бизнеса;
2. определение основных категорий, понятий, терминов, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
3. изучение различных форм и типов рекламных текстов;
4. изучение мирового и отечественного опыта работы в области копирайтинга;
5. изучение способов создания эффективного рекламного текста.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Копирайтинг в мультимедийном пространстве» относится к вариативной части учебного плана.

Пререквизиты дисциплины: «Современные приемы и технологии воздействия на массовое сознание», «Социальные сети как инструмент коммуникации», «Интернет-СМИ», «Стратегия и тактика использования СМИ в рекламе и связях с общественностью» и т.п.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-3	частичное	Знать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов; Уметь использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов; Владеть способностью использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов.

ПК-20	частичное	Знать каким образом формулируются цели и задачи контента; Уметь формулировать цели и задачи контента; Владеть способностью формулировать цели и задачи контента.
ПК-23	частичное	Знать виды жанров и идеи основных сообщений. Уметь определять жанры и идеи основных сообщений. Владеть способностью определять жанры и идеи основных сообщений.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Копирайтинг в мультимедийном пространстве. Отечественный и зарубежный опыт копирайтинга. Личность копирайтера.
2. Классификация жанров рекламных текстов.
3. Структура рекламного текста. Заголовок. Типы заголовков. Основной текст рекламы.
4. Изобразительно-выразительные средства рекламного текста.
5. Создание печатной рекламы. Форматы текстов печатной рекламы
6. Создание рекламных текстов для телевизионной и радиорекламы
7. Создание рекламных текстов для интернет-рекламы. SEO-копирайтинг.
8. Создание слоганов и нейминг в деятельности копирайтера.
9. Спичрайтинг как эффективная PR – технология.

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – зачет с оценкой

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 3

Составитель: ст. преподаватель Смыслова Л.В. Смф

Заведующий кафедрой ЖРСО Лат д. ф. н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель учебно-методической комиссии Лат Латышева Ж.В., зав. каф. ЖРСО, д.ф.н., профессор.

Директор института Петр д. ф. н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

