АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.5.1 Копирайтинг

Автор: к.с.н., доцент И.М. Маркин

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области владения навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Копирайтинг как творческий процесс	Креатив, креативный отдел, бриф, мозговой штурм, семь шляп, система Станиславского, система Чехова, техники креативности, психология искусства, психология творчества. Слоган, боди копи, сторилайн, стори борд, муд борд. Рекламный продакшен. Монтаж, озвучка.
Тема 2	Оценка качества работы копирайтера и креатива	Стратегические цели маркетинга, тактические цели маркетинга, работа креативного директора, система 7+ от Leo Burnett, стратегические маркетинговые задачи предприятия, соотношения канала продвижения и креатива, отстройка от конкурентов, барьеры в восприятии креативного продукта

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:

эссе, творческие задания

Промежуточная аттестация проводится в форме письменного зачета.

Основная литература:

1. Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/35279
2. Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. http://www.iprbookshop.ru/5980