

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.03.01 Копирайтинг в паблик рилейшнз

**Автор:**

Доцент, кафедры интегрированных коммуникаций, кандидат филологических наук,  
Глазкова Елена Анатольевна

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Диджитал реклама и связи с общественностью»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать знания, умения и навыки в рамках осваемых ключевых компетенций в соответствии с матрицей и паспортами компетенций ОП ВО, необходимых для будущей профессиональной деятельности работника сферы рекламы и связей с общественностью; сформировать умения для самостоятельной работы, научить обучающихся профессиональному подходу к изучению дисциплины; правильной самоорганизации учебного процесса и во внеучебной деятельности

#### Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Предмет копирайтинга	Копирайтинг как наука о написании рекламных объявлений. Процесс создания рекламного текста. Параметры рекламного сообщения. Стратегия рекламы (стратегии эмоционального и рационального типа). Идея. Форма. Способы изложения (прямое изложение, повествование, монолог, диалог, интрига). Правовые нормы. Внешнее регулирование, основные принципы, внутреннее регулирование
2.	Письменное изложение информации	Прежде чем начать писать (цели, аудитория, каналы информации, оборудование, источники информации, текущие события и тенденции). Как писать убедительно (основы процесса коммуникации, теории коммуникации, как применить теорию на практике). Основные юридические и этические нормы (закон об авторском праве, закон о товарных знаках, этика и профессионализм)
3.	Рекламный материал в печати, на радио и телевидении	О видовой специфике журналистских материалов. Изобразительно-выразительные средства в прессе, на радио и ТВ. Особенности психологии восприятия печатного текста, звуковых и аудиовизуальных образов. Приёмы и методы журналистской деятельности в работе

		над рекламными материалами. Приемы создания рекламных материалов, неприемлемые в традиционной журналистике
4	Особенности рекламных текстов	Задачи рекламы. Предлагающая реклама, поощряющая реклама, имиджевая реклама, сравнительная реклама, прививочная реклама, опровергающая реклама, трансформирующая реклама. Специфика рекламируемых товаров или услуг. Финансовая реклама, страховая реклама, реклама недвижимости, автомобильная реклама, реклама работы, реклама туризма и отдыха, реклама здоровья, реклама розничных товаров, реклама товаров для женщин, реклама продуктов, реклама распродажи, промышленная реклама. Жизненный цикл продукта
5	Элементы психологического воздействия рекламных текстов	Привлечение внимания аудитории. Образ политика как доминанта рекламного сообщения. Учет специфики аудитории. Создание и корректировка речевого имиджа. Как говорить с враждебно настроенной аудиторией
6	Языковые особенности рекламного стиля И принципы создания рекламных текстов	Жанры газетно-журнальной рекламы. Структура и свойства рекламного текста. Средства художественной изобразительности рекламного текста. Пресса. Радио. Телевидение, Интернет. Другие носители. Реклама одного продукта в различных носителях
7	Приемы и технологии применяемые при создании сценариев для рекламных роликов	Основные потребности человека, на которые можно опираться при создании рекламных стратегий. Символы и мифы в рекламе. Рекламные стратегии в продвижении товара на различных секторах рынка (национальном и глобальном)
8	Работа с брифом	Классификация брифов. Медиа-бриф — для планирования и проведения рекламной кампании. Креативный бриф — на создание рекламного продукта (ролика, плаката и т. п.). Экспертный бриф (бриф на создание и выведение новой торговой марки) — его анкетная часть, предлагаемая клиенту, отчасти является инструментом маркетингового исследования, предшествующего брендингу — созданию и поддержанию торговой марки. Типы составления брифа — дистанционный, (рекламодатель отвечает на вопросы, сформулированные самостоятельно или предоставленные агентством) и диалоговый (менеджер рекламного агентства задает вопросы и получает ответы)

9	Принципы создания слоганов	Слоган как идея и жанр спичрайтерского искусства. Аргументация в политической рекламе. Символика, используемая в политической рекламе. Политическая реклама и мифология
10	Основные принципы нейминга	Бриф, креатив в названиях. Проверка по базе Федерального государственного учреждения «Федеральный институт промышленной собственности Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам»

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

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

- при проведении занятий лекционного типа:  
не проводятся
- при проведении занятий семинарского типа: опросы, диспуты, эссе, тест, решение кейсов, практические задания.
- при проведении самостоятельной работы: домашние задания

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы. Вопросы теоретического и практического характера.

**Основная литература:**

1. Кузнецов, П.А. Политическая реклама. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / Кузнецов П.А.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 127 с. — ISBN 978-5-238-01830-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html>
2. Судоргина, З. Копирайтинг : тексты, которые продаются / Судоргина З.. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. — 282 с. — ISBN 978-5-222-21909-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/58953.html>
3. Бердышев, С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд. [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 182 с. — 978-5-394-01530-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5980.html>