

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 03.10.2023 16:07:16
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:
Брызгалова Е.Н.


ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ
ФАКУЛЬТЕТ
Тверской государственной
университет
2023 г.

Аннотация дисциплины

Копирайтинг

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 2 курса очной формы обучения

Составитель: к.б.н., доцент Д.В. Ильяшенко



Тверь, 2023

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины: показать специфические особенности текста рекламы и PR и научить создавать подобные тексты; дать общее представление о различных видах рекламного и PR текста, способах его создания и тестирования.

Задачи изучения дисциплины: формирование у студентов представления о рекламном и PR тексте; рассмотрение различных вариантов рекламных и PR текстов, особенностей их составления и использования; знакомство с методикой составления и тестирования печатных коммуникационных материалов; владение методикой составления и тестирования рекламных и PR текстов различных типов.

Первый раздел курса знакомит с основными структурными компонентами рекламного и PR текста. Второй раздел курса предполагает обучение составлению специализированных рекламных и PR текстов для различных сфер деятельности. Состав заданий направлен на отработку практических навыков анализа основных элементов рекламного обращения, имеющих большое значение для оценки уже существующего и вновь создаваемого коммуникационного продукта.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Учебная дисциплина «Копирайтинг» входит в состав обязательной части ООП 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью. Данная дисциплина призвана сформировать необходимый минимум знаний, умений и практических навыков разработки и написания коммерческого текста любых типов в ходе рекламной или PR-кампании, в соответствии с заданной стратегией. Содержательно она формирует у слушателя необходимый объем знаний для освоения следующих дисциплин вариативной части профессионального цикла: «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования», «Разработка и

технологии производства коммуникационного продукта». Учебная дисциплина базируется на знаниях, полученных в процессе изучения дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Культурология», «Искусство и литература», обеспечивающими компетентность обучающегося в соответствующих отраслях гуманитарного знания, с дисциплиной «Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью», знакомящей слушателя со структурно-функциональными особенностями стилей языка и речи в профессиональной среде. Особое значение для освоения дисциплины «Копирайтинг» играет высокая успеваемость по дисциплинам: «Теория и практика рекламы», «Введение в профессию», «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности», для формирования осведомленности о правовом поле страны, о необходимости соблюдения законодательных норм при разработке текстового рекламного продукта.

Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины «Копирайтинг»:

иметь представление об исторически сложившихся формах литературы и искусства;

иметь представление об основных литературных стилях и направлениях;

иметь представление о маркетинговой деятельности организации;

иметь базовые знания в области психологии и социологии;

знать основные правила русского языка, уметь излагать свои мысли устно и письменно, обладать адекватной уровню высшего учебного заведения грамотностью;

знать действующие требования законодательства в отношении рекламного продукта;

обладать хорошими знаниями стилистики и культуры речи;

уметь аргументированно доказывать свое мнение.

3. Объем дисциплины:

Объем дисциплины: 3 зачетных единицы, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 17 часов, практические занятия 34 часа,

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 0, в том числе курсовая работа 0;

самостоятельная работа: 30 часов, в том числе контроль 27 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
--	--

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен,
3 семестр.

6. Язык преподавания русский.