

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»

АННОТАЦИЯ

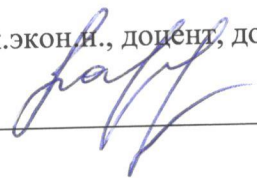
рабочей программы дисциплины

«Основы копирайтинга»

Дисциплина обязательной части

форма обучения - заочная

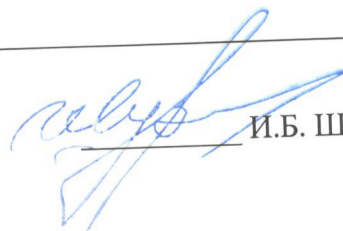
Составитель аннотации – Марочкина Светлана Станиславовна, к.экон.н., доцент, доцент кафедры общей психологии и социальных коммуникаций



Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	6 ЗЕТ, 216 час.
Цель изучения дисциплины	Подготовка специалиста, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами коммерческих коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных и PR-текстов.
Содержание дисциплины	Тема 1. Предмет «копирайтинга», его место и роль в системе рекламного и PR- бизнеса Тема 2. Особенности личности копирайтера Тема 3. Аргументация в рекламе и PR Тема 4. Творческая платформа и концепция рекламы Тема 5. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы Тема 6. Заголовок. Типы заголовков. Тема 7. Имя бренда и слоган Тема 8. Основной рекламный текст (ОРТ) и рекламные реквизиты Тема 9. Классификация стилей рекламных и PR-текстов и различных подходов, используемых при их создании
Формируемые компетенции (коды)	УК-4, ОПК-1, ОПК-3.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК-4.1. Демонстрирует знание принципов построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации на государственном и иностранном языках; основные коммуникативные средства и терминологию в том числе на иностранном языке, используемые в академическом и профессиональном взаимодействии. УК-4.2. Грамотно и ясно строит монологическую и диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на государственном и иностранном языках. УК-4.3. Демонстрирует способность находить, воспринимать и использовать информацию на государственном и иностранном языках, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; вести речевую деятельность на государственном и иностранном языках. ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

	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-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Психология делового общения и переговорного процесса Основы теории коммуникации Иностранный язык Речевая коммуникация и деловое общение Компьютерный дизайн и инфографика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации.
Формы текущего контроля успеваемости	Устный опрос, доклады, групповая дискуссия, практические задания, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

Зав.кафедрой ОПиСК, к.пс.н., доцент

 И.Б. Шуванов