

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиала) Северо-Кавказского

федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образо-

вания

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:54

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УР Пятигорского института (филиала) СКФУ

Н.В. Данченко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

DIGITAL-КОПИРАЙТИНГ

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется в семестре

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Коммуникативные технологии и реклама
2024
очная
7

Разработано

кандпед.наук, доцент кафедры ЛиМК

Приворотская Е.Е.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Digital -копирайтинг» является 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 текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.

Задачи:

Задачи дисциплины «Digital-копирайтинг»:

Образовательные задачи:

1. дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;
2. определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
3. познакомить с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления;
4. сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;
5. познакомить с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела.
6. научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;
7. сформировать навыки критического анализа рекламных компаний, проходящих в регионе и научить особо выделять в них работу копирайтеров, ее сильные и слабые стороны;
8. сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

Воспитательные задачи:

- Активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества;
- Воспитывать гражданско-патриотические чувства студентов на примере работ современных рекламистов и архивных материалов.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Digital-копирайтинг» относится к дисциплинам обязательной части.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД-1 ПК-13 знает особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта
	ИД-2 ПК-1 Способен учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью.	

	ИД-3ПК-1 Владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	
ПК-20 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	ИД-1 ПК-20 Знает принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте
	ИД-2 ПК-20 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	
	ИД-3 ПК-20 Владеет навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности.	

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е., 144 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	36
Лекции/из них практическая подготовка	18
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	-
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/2
Самостоятельная работа	108
Формы контроля	
Зачет с оценкой	7 семестр

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма			
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Тема 1. Понятие копирайтинга. Основные виды копирайтинга Определение понятия «копирайтинг». История копирайтинга. Функции копирайтинга. Основные задачи копирайтера. Виды копирайтинга: рерайтинг, SEO-копирайтинг, рейтинг, эксклюзивные статьи, пресс-релизы и т.д.	ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	12
2	Тема 2. Задачи копирайтера в системе новых медиа Копирайтер, заказчик и аудитория текстов в рекламе и связях с общественностью. Основные этапы работы над текстом. Значение и методы сбора информации. Распределение ролей между копирайтером и заказчиком текста. Стратегии согласования текста с заказчиком. Области применения результатов труда копирайтера. Требования к организации труда копирайтера. Особенности вознаграждения работы копирайтера.	ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	12
3	Тема 3. Базовые принципы работы с коммерческим текстом Бриф – техническое задание на рекламную компанию. Алгоритм создания рекламного текста: изучение темы, уникального торгового предложения, целевой аудитории, её иерархии потребностей, стереотипы, и т.д. Мировые методики получения нестандартных идей: мозговой штурм, метод фокальных объектов, метод разрыва стереотипов.	ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	12
4	Тема 4. Целевая аудитория копирайтера. Подходы к определению целевой аудитории копирайтера. Источники информации о целевой аудитории. Сегментирование целевой аудитории Понятие качества и эффективности текстов в рекламе и связях с общественностью. Критерии и показатели качества и эффективности рекламных текстов. Критерии и показатели качества и эффективности пиар текстов. Аудит качества текстов в рекламе и связях с общественностью. Методы анализа рекламных и пиар текстов: контент-анализ, дискурс-анализ, интент-анализ, нарративный анализ. Методы анализа воздействия рекламных и пиар текстов на целевую аудиторию: фокус-группа, опрос, наблюдение, эксперимент.	ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	12

5	Тема 5. Аргументация в коммерческом тексте. Понятие «полезного действия» в копирайтинге. Виды полезного действия Особенности использования приемов аргументации в рекламном сообщении. Рекламное сообщение: понятие, виды. Аргументация в рекламном сообщении и его эффективность. Особенности использования приемов аргументации в рекламе на различных носителях. Приемы аргументации в печатной рекламе. Особенности аргументации в телерекламе. Специфика полезного действия в рекламном тексте. Виды полезного действия: прагматика (деньги, время, ресурсы), социальное (уважение, признание, гордость, общность), эмоция (любопытство, умиление, радость, гнев).	ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	12
6	Тема 6. Структура коммерческого текста. Формулы составления коммерчески текстов Рекламный текст: общая характеристика. Заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза. Понятие «продающего текста»: структура и функции. Основная формула написания продающего текста - AIDA. Правила написания продающих текстов.	ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	12
7	Тема 7. Сторителлинг в коммерческих текстах Понятие сторителлинга. История возникновения. Механизмы воздействия на аудиторию. Доказательства эффективности историй. Сферы применения сторителлинга. Форматы историй. Сторителлинг в интернет-маркетинге. Критерии качественного сторителлинга.	ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	12
8	Тема 8. Информативность в коммерческом тексте. Стилистические приемы работы с коммерческим текстом Изобразительно-выразительные средства языка современной рекламы. Лексические средства языка рекламного текста. Синтаксические особенности рекламного текста Фонетические особенности рекламного текста Стилистические особенности современного рекламного текста. Специфика стиля рекламы. Силевые принципы рекламного текста. Особенности рекламного жанра. Жанры рекламного текста. Анализ языковых и стилистических особенностей печатного рекламного текста. Анализ выразительных средств современной печатной рекламы. Анализ стилевых особенностей современной печатной рекламы	ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	12

9	Тема 9. Понятие визуального повествования. Принципы визуального повествования Коммуникативное единство рекламного проекта и совместная работа над ним копирайтера и арт-директора. Роль графического дизайна рекламного текста в эффективности воздействия на целевую аудиторию. Шрифт, цвет, украшения и спецэффекты для графики. Авторская сингнатура. Пространственный дизайн рекламного текста и работа с ним копирайтера: размещение текста на носителе, виды макетов. Взаимное размещение текстовых блоков, соотношение рисунков и текстов, подрисуночные подписи, комиксы в рекламе. Имитация электронного текста и использование ее копирайтером в различных печатных проектах, включая наружную и рекламу на транспорте. Комплексная работа копирайтера с текстом: текст в пространстве рисунка. Реклама в печати и печатные проекты вне контекста издания (буклет, листовка, приглашение и др.). Требования к копирайтингу на наружных носителях, постройках и сооружениях. Использование копирайтером новых технических возможностей наружной рекламы (свет, рельеф, движение).	ИД-1 ПК-1 ИД-2 ПК-1 ИД-3 ПК-1 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2/2	-	12
ИТОГО за 7 семестр			18	18/2	-	108
ИТОГО			18	18/2	-	108

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Ильяхов, М. Пиши, сокращай / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 439 с.
2. Панда П. Тексты, которым верят. - СПб: ПИТЕР, 2019. - 256 с.
3. Каплунов, Денис. Бизнес-копирайтинг. Как писать серьезные тексты для серьезных людей / Денис Каплунов. — М. : Манн, Иванов и Фербер. 2015. — 400 с.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Пономарева, А.М. Креатив и копирайтинг : учебник : [16+] / А.М. Пономарева ; Министерство образования и науки Россткой Федерации, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). - 2-е изд., пер. и доп. - Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. - 268 с. : пл., табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146>
2. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. - Изд. 2-е. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. - 288 с. : пл. - (Бизнес-класс). - Режим доступа: по подписке. -URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458>
3. Симмонс А. Сторителлинг. Как использовать силу историй. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Практика профессиональной коммуникации на русском языке» – разработано кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации.

2. Методические рекомендации по организации и проведению самостоятельной работы студентов по дисциплине «Практика профессиональной коммуникации на русском языке» – разработано кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://iiiwibpedia.org/wiki/-«Википедия»>
2. <http://niwildiversity.oig/wiki/> - «Викиверситет»
3. <http://www.ecsocioan.edu.ru/> - раздел «Социология культуры»
4. <http://www.sociology.net.ru/> - «Социология в сети»
5. <http://socio.rin.ru/> - «Социология»

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»
2	ЭБС «IPRbooks»
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

1	MicrosoftOffice
2	ESET NOD32 Smart Security.
3	MicrosoftWindows 8

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащена оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащена оборудованием и техническими средствами обучения. .
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитывать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитывать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего

образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН «О направлении методических рекомендаций»).

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (Bigbluebutton, MicrosoftTeams, а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.