

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУ ВО ЛНР «ЛГПУ»)

Филологический факультет
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Декан филологического факультета
ФИЛОЛОГИИ
СОЦИАЛЬНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ
О.С. Перетятая
2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Копирайтинг

По направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело (уровень
бакалавриата)

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Курс – ОФО – 3 (5 семестр)

Луганск, 2021

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело очной формы обучения.

Составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Луганской Народной Республики от 24 августа 2018 года № 791-ОД.

СОСТАВИТЕЛИ:

И.о. заведующего кафедрой журналистики и издательского дела ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»
Дроздова Алена Васильевна.

Ассистент кафедры журналистики и издательского дела ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»
Каторгина Дарья Юрьевна.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела « 26 » августа 2021 г., протокол № 1
И.о. заведующего кафедрой Дроздова А.В. Дроздова

ОДОБРЕНА на заседании Учебно-методической комиссии филологического факультета
« 31 » августа 2021 г., протокол № 1

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета Мифтахова О.В. Мифтахова

СОГЛАСОВАНО:

И.о. заведующего учебно-методическим отделом Савенков В.В. Савенков
« 31 » августа 2021 г.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель преподавания курса – дать студентам знания об основных направлениях копирайтинга как сферы рекламной деятельности, навыки по вербальному обеспечению маркетинговых коммуникаций, необходимые для эффективной практической рекламной деятельности.

Задачи:

- в ознакомлении студентов с видовым многообразием существующих вербальных форм представления рекламной идеи и ее воплощения в рекламном продукте;
- в ценностной ориентации студентов в системе текстовых сообщений;
- в выработке умений определять типы рекламных стратегий, проявленных в рекламных текстах;
- в овладении студентами методиками анализа знаковой основы рекламных сообщений;
- в приобретении навыков составления рекламных текстов различных жанров;
- в ознакомлении студентов с видами PR-текстов и выработке умений по составлению материалов для работы структур по связям с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Копирайтинг» относится к базовой части дисциплин блока Б1 учебного плана. Индекс дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.03 «Издательское дело». Дисциплина реализуется на филологическом факультете ЛГПУ кафедрой журналистики и издательского дела.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплины «Русский язык и культура речи», цикла гуманитарных и социально-экономических наук и опирается на полученные при их изучении *знания и умения*.

Содержание дисциплины *служит основой* для освоения цикла профессионально-ориентированных дисциплин, а также написания ВКР.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины бакалавр должен:

знать:

- различные языковые нормы и аспекты письменной речи;
- стили современного русского языка
- речевой этикет в документе;

- специфику деятельности адресатов профессиональной деятельности (предприниматели, собственники малого бизнеса, специалисты в области продаж, специалисты по рекламе/маркетингу);

уметь:

- разбираться в вопросах этики и проблемах современного русского языка и культуры речи;
- анализировать изменения, происходящие в языке;
- применять на практике знания по данной дисциплине;
- разработать, подготовить к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

владеть:

- навыками работы текстами на родном и иностранном языках;
- методами коммуникации в кросс-культурном пространстве;
- нормами современного русского языка и правилами культуры речи.

Перечисленные результаты обучения являются основой для формирования компетенций:

Общепрофессиональных:

ОПК-4 – способностью выявлять механизмы образования текста, единицы его речевой реализации, виды информации и функционально-смысловые типы речи вербальных текстов.

Профессиональных:

ПК-20 – способностью владеть методикой и техникой редактирования авторских оригиналов книжных, газетно-журнальных, электронных и иных изданий, контента цифровых документов

4. Структура и содержание учебной дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов / зач. ед.	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка	108/3	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов)	36	
в том числе:		
Лекции	16	
Семинарские занятия	-	
Практические занятия	20	
Лабораторные работы	-	
Контрольные работы	-	
Курсовая работа (курсовой проект)	-	
Другие формы и методы организации	36	

образовательного процесса (контроль)		
Самостоятельная работа студента (всего часов)	36	
Форма аттестации	экзамен	

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Содержательный модуль 1. Основные характеристики копирайтинга.

Тема 1. Копирайтинг как вид профессиональной деятельности

Понятие копирайтинг. Истоки появления. Виды копирайтинга. Особенности каждого вида.

Тема 2. Требования к профессиональному копирайтеру

Личность копирайтера. Профессиональные требования. Личностные качества. Гавыки и умения.

Тема 3. Нейминг

Личные имена. Патронимы. Фамилии и родовые названия. Литературные, мифологические имена. Топонимы. Аббревиатуры.

Тема 4. Заголовок в рекламном тексте

Место заголовка. Виды заголовков. Требования и запреты.

Содержательный модуль 2. Элементы эффективного рекламного текста.

Тема 1. Эффективные конструкции вступительной части рекламного текста. Стилиевые особенности рекламных сообщений. Реклама для разных типов СМИ.

Тема 2. Усилители рекламных текстов.

Требования к продающему тексту. Стилть текста. Сравнения. Исследования и графики. Конкретные цифры. Штампы.

Тема 3. Универсальные техники убеждения читателя

Вопрос-ответ. Диалог. Новости. Сообщение о скидке. Кросс-продажа. Невозможное-возможно.

Тема 4. Аргументация цены

Вера в цену своего товара. Жонглирование аргументами. Превратитесь в калькулятор. Каждой цене свое время. Забыть про слово «купить». Прием «до и после».

Тема 5. Стимулирование потребителя к действию

Стимул. Стимулирование. Виды стимулирования потребителей (сэмплинг, дегустации, демонстрации; купоны, льготные покупки, скидки, премии; конкурсы, розыгрыши, игры, лотереи, викторины для потребителей).

Тема 6. Слоган

Слоган – эмоциональный экстракт сути бренда. Три типа слоганов: связанные; привязанные; свободные. Слоган для нового товара. Слоган для известного товара. Адаптация слогана известного товара, пришедшего на новый рынок.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная	Заочная

		форма	форма
5 семестр			
1.	Копирайтинг как вид профессиональной деятельности	2	
2.	Создание и оформление текста	2	
3.	Заголовок в рекламном тексте. Слоган	2	
4.	Радиореклама	2	
5.	Телевизионный текст	2	
6.	«Речевая практика современного общества». Риторические навыки PR-специалиста»	2	
7.	Подготовка и организация публичного выступления»	2	
8.	Аргументация речи	2	
Итого:		16	

4.4. Практические / семинарские занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
5 семестр			
1.	Копирайтинг как вид профессиональной деятельности	2	
2.	Создание и оформление рекламного текста	2	
3.	Заголовок в рекламном тексте	2	
4.	Слоган	2	
5.	Радиореклама	2	
6.	Телевизионная реклама	2	
7.	«Речевая практика современного общества»	2	
8.	Риторические навыки PR-специалиста»	2	
9.	Подготовка и организация публичного выступления»	2	
10.	Аргументация речи	2	
Итого:		20	

4.5. Лабораторные работы не предусмотрены.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
5 семестр / 7,8 триместр				
1	Собрать портфолио из 20 образцов названий рекламируемого товара: 10 - удачных, 10 - неудачных.	Каждый образец распечатать или наклеить в оригинале на лист формата А4, на обороте разместить анализ. Все образцы систематизировать в папку.	5	
2	Проанализировать особенности подхода в удачных образцах, выяснить, что делает их эффективными, какие особенности содержания, композиции	Подборка образцов	5	
3	В неудачных образцах определить недостатки и причины неприятия читателем. Предложить варианты улучшения	Подборка образцов	5	

4	Разработать собственный комплекс текстового сопровождения рекламной кампании одного из следующих товаров (название, слоган, минимум 3 образца рекламного текста): автомобиль; шампунь; компьютер; канцелярские товары; мебельный магазин; магазин одежды; шоколад; чай.	Все образцы должны быть представлены в электронном и бумажном варианте (на листах формата А-4). Также должна быть пояснительная записка (2 - 3 страницы А-4), в которой описан процесс создания текстового комплекса.	5	
5	Подготовка публичного выступления	Публичное выступление	10	
6.	Аргументация в публичной речи	Конспект	6	
Итого:			36	

4.7. Курсовые работы не предусмотрены.

5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

Преподавание дисциплины осуществляется с применением таких видов образовательных технологий: использование всех доступных медиаресурсов во время лекционных занятий, а также при подготовке к практическим занятиям и при выполнении самостоятельной работы (подготовка докладов-презентаций, реферативных докладов, работа в составе творческих групп).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- Лекция: лекционный материал по дисциплине «Стилистика и литературное редактирование» предполагает использование наглядных

материалов в виде компьютерных презентаций, предоставление студентам электронных версий опорных лекций по всем разделам курса. Лекционный материал организуется с использованием таких педагогических технологий, как обучение на основе опыта и междисциплинарное обучение, которые позволяют активизировать познавательные способности слушателей и мотивировать их к самостоятельной работе. Лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция - анализ ситуаций.

- Практические занятия: во время занятий студентам предлагается обсуждение по проблемным вопросам, а также решение тестовых заданий. Предполагается выступления студентов с докладами. При подготовке такого доклада студенты обращаются к учебной и справочной литературе. Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, «круглые столы», формы «коллективной мыслительной деятельности» и анализа проблемных ситуаций.

- Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

1. Выработка навыков восприятия и анализа исторической, культурологической литературы.

2. Формирование навыков исследовательского отношения к предъявляемой аргументации, развитие способности понимания этических и культурологических понятий и категорий.

3. Развитие и совершенствование способностей к диалогу, к дискуссии, к формированию и логически аргументированному обоснованию собственной позиции по тому или иному вопросу.

4. Развитие и совершенствование творческих способностей при самостоятельном изучении дисциплины.

Выполнение самостоятельной письменной работы предполагает постоянный контакт с преподавателем в виде консультаций.

Самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, индивидуальная самостоятельная работа студента под руководством преподавателя, просмотр документальных, научно-образовательных и художественных фильмов с последующим обсуждением и анализом.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателя (консультации, помощь в выполнении программы) и индивидуальную работу студента, выполняемую в том числе в компьютерном классе с выходом в Интернет и читальных залах университета.

При реализации образовательных технологий используются следующие виды самостоятельной работы:

- работа с конспектом занятия (обработка текста);
- работа над учебным материалом учебника;
- творческая работа;

- поиск информации в сети «Интернет» и литературе; подготовка к сдаче зачета. Проблемное обучение: для развития и совершенствования коммуникативных способностей студентов организуются специальные учебные занятия в виде «диспутов» или «конференций», при подготовке к которым студенты заранее распределяются по группам, отстаивающим ту или иную точку зрения по обсуждаемой проблеме.

Дисциплина обеспечена: информационной техникой, литературой, необходимым оборудованием для проведения практических занятий.

Иллюстративные материалы, в том числе учебные фильмы по соответствующим разделам программы.

6. Формы контроля освоения учебной дисциплины

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Копирайтинг» производится в дискретные временные интервалы в следующих формах: опрос, промежуточные срезы, подготовка докладов и рефератов, контрольная работа, экзамен. Критерии оценки учитывают результаты посещаемости лекций, выполнения практических заданий, выполнения контрольной работы, итоги выполнения заданий самостоятельной работы. Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на экзамене.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного экзамена, включает в себя ответ на теоретические вопросы, подкрепляемые примерами из практики, выполнением практических заданий.

Система оценивания учебных достижений студентов очной, заочной формы обучения

Вид учебной работы	Количество баллов	
	ОФО	ЗФО
5 семестр		
Устные ответы на семинарских занятиях	50	
КМР	10	
КСР	10	
Экзаменационная работа	30	
Итого	100	

Накопительная система оценивания по 100-бальной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная система	Буквенная шкала, соответствующая 100-бальной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	100-90	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	зачтено
Хорошо	83-89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75-82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом	

		баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63-74	D – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50-62	E – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21-49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при	Не зачтено

		дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	
Неудовлетворительно	0-20	Г – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины.

а) основная литература:

1. Блинкина-Мельник М. Рекламный текст. Задачник для копирайтера. Учебное пособие для вузов / М. Блинкина - Мельник. - М. : ОГИ (Объединенное Гуманитарное Издательство), 2007.
2. Витале Д. Гипнотические рекламные тексты. Как искушать и убеждать клиентов одними словами / Д. Витале. - М.: Эксмо, 2009.
3. Иванова К. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. Иванова. - СПб: Питер, 2009.
4. Иншакова Н. Рекламный текст. Редакторский взгляд / Н. Иншакова. - М.: МедиаМир, 2007.
5. Назайкин А.Н. Рекламный текст в современных СМИ: практическое пособие / А.Н. Назайкин. - М.: Эксмо, 2007.
6. Огилви Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. - М.: Эксмо, 2007.
7. Рымашевская Ю. Рекламная бомба. Рецепты копирайтинга, взрывающие рынок / Ю. Рымашевская. - СПб: Питер, 2007.
8. Слободянюк Э. Настольная книга копирайтера / Э. Слободянюк. - М. : Вершина, 2008.

б) дополнительная литература:

1. Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы / Т. Бокарев. - М.: ПРОМО - РУ, 2000.
2. Брукс П. Копирайтинг. Как писать рекламные тексты и письма,

которые будут продавать / П. Брукс. - М.: Бератор-Паблишинг, 2005.

3. Валладарес Д. Ремесло копирайтера / Д. Валладарес. - СПб: Питер, 2005.

4. Джоунс Д. Рекламный бизнес: деятельность рекламных агентств, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации / Д. Джоунс. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2005.

5. Кромптон А. Мастерская рекламного текста / А. Кромптон. - Тольятти: Довгань, 1995.

6. Шуванов В.И. Психология рекламы / В.И. Шуванов. - Ростов н/Дону: Феникс, 2003.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (компьютер, проектор, экран), банк профессионально-педагогических задач.

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google», «Chrome»); программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»); программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета, которая обеспечивает возможность доступа обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

9. Лист дополнений и изменений

№ п/п	Дата внесения изменения / дополнения	Основание	Содержание изменения / дополнения	Лица, подтверждающие изменение / дополнение	
				Заведующий кафедрой	Декан