

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Копирайтинг и творческое письмо

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): «Медиакоммуникации в профессиональной сфере»

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов навыков создания текстов продвигающих коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» дисциплина «Копирайтинг и творческое письмо» относится к модулю «Технологические работы с текстом» части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.01.01).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ДУ

Изучение данной дисциплины способствует формированию следующих компетенций.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.2 Определяет приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	основные правила и принципы определения приоритетов профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки при осуществлении деятельности в сфере медиа	определять приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки при осуществлении деятельности в сфере медиа	основными навыками определения приоритетов профессионального роста и способов совершенствования собственной деятельности на основе самооценки при осуществлении деятельности в сфере медиа
ПК-3 Способен подготовить и опубликовать материал на актуальную тему на информационном ресурсе	ПК-3.1 Осуществляет поиск и оценку информационных поводов, определяет круг проблем, которые необходимо осветить в медиатексте/медиапродукте, собирает и анализирует необходимую информацию для подготовки материала	основные формы проектной документации, необходимой для создания медиапродукта, специфику работы в основных компьютерных	работать с техническим заданием на разработку проектов (медиапродукта), осуществлять выбор компьютерной программы для создания медиапродукта в	практическими навыками ведения проектов, связанных с разработкой медиапродукта, навыками работы в основных компьютерных программах,

	ПК-3.2 Создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов	программах, используемых при создании медиапродукта, специфику рекламных и PR-обращений в зависимости от канала распространения, виды юридической ответственности в сфере осуществления профессиональной деятельности	зависимости от специфики его производства и распространения	используемых для создания медиапродукта, навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, навыками создания медиапродукта в соответствии с поставленной задачей, правовой информацией по организации и управлению профессиональной деятельностью
ПК-4 Способен дать оценку качеству медиатекста или медиапродукта, принять решение по целесообразности его публикации, осуществить правку, направленную на повышение качества медиатекста/медиапродукта в разных аспектах	ПК-4.2 Работает над контекстом, орфографией, стилем, композицией, логикой текста, мультимедийными элементами, выбирает методы редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла	требования к продвигающим и продающим текстам, основы редакторской работы с текстом; основы культуры речи; критерии оценки рекламных и PR-текстов, способы и приемы речевого воздействия на целевую аудиторию, продвигающие жанры	предельно четко формулировать целевое назначение и читательский адрес предназначенного для распространения на различных медианосителях текста; эффективно реализовывать свои коммуникативные намерения; логично рассуждать, аргументировать и грамотно структурировать высказывание; с учетом всех критериев оценки рекламной и PR-деятельности выявлять и устранять недочеты при работе с текстами продвигающих коммуникаций; грамотно с точки зрения культуры речи оформлять тексты на русском языке; применять методики анализа и создания продвигающих и продающих текстов в соответствии с риторическим каноном; использовать приемы творческого письма при создании текстового контента	основными методами логической обработки информации; навыками редакторского анализа текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразие, навыками создания продающих и продвигающих текстов разных жанров с учетом целевой аудитории; навыками творческого письма и сторителлинга

4. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	очная форма обучения
	1 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	5
Количество часов по учебному плану (час.)	180
Контактная работа (всего)	40
В том числе:	
Лекции	16
Практические занятия	24
Самостоятельная работа (всего)	138
Форма промежуточной аттестации – зачет	2

5. Содержание дисциплины

Перечень и краткое содержание разделов дисциплины:

1. Родственные формы массовой коммуникации.

Массовая коммуникация. Родственные коммуникационные формы: виды, функции, средства, результат. Специфика журналистской, рекламной, PR-деятельности. Признаки журналистской, рекламной и PR-информации.

2. Копирайтинг.

Интегрированные маркетинговые коммуникации. Современное понимание копирайтинга. Виды копирайтинга. Продающий / продвигающий текст: понятие, особенности, функции. Рекламный текст: формальные признаки, семиотическая природа, содержательная и композиционная структура

3. Медиаторика.

Постулаты общей риторики. Категории риторики, законы риторики, риторический канон. Современная практика подготовки медиатекстов и публичных выступлений для другого лица.

4. Проектирование и создание продающих медиатекстов.

Обучение правилам инвенции. Обучение правилам диспозиции. Обучение правилам элокуции. Описание товара. Сторителлинг.

5. Проектирование и создание продвигающих медиатекстов.

Аргументация. Правила аргументации. Рациональные и эмоциональные аргументы. Учет особенностей аудитории. Способы аргументации в разной аудитории, приемы эффективной аргументации.

6. Творческое письмо.

Создание художественного текста: описание, повествование, диалог. Трансформация прозаического текста в драматический. Написание сценария. Рецензия на произведения культуры как интерпретаторский жанр.