

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

Разработчик (и):

Ухова Л.В., доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского».

Рецензент:

Клушина Н.И., доктор филологических наук, профессор кафедры стилистики факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.

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 «Медикоммуникации» дисциплина «Копирайтинг и творческое письмо» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.01.04.04.01).

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

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Требования к результатам освоения дисциплины

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
ПК-4 Способен дать оценку качеству текста или медиапродукта, принять решение по возможности его публикации, использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях	ПК-4.2 Использует методы и формы создания и редактирования текстов	требования к продвигающим и продающим текстам, способы и приемы речевого воздействия на целевую аудиторию, продвигающие жанры	применять методики анализа и создания продвигающих и продающих текстов в соответствии с риторическим каноном; использовать приемы творческого письма при создании текстового контента	навыками создания продающих и продвигающих текстов разных жанров с учетом целевой аудитории; навыками творческого письма и сторителлинга

ОПК-7 - способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	М.ОПК-7.1 Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	требования законодательства в рекламной сфере, признаки недобросовестной и ненадлежащей рекламы	анализировать продвигающий и продающий текстовый контент с точки зрения требований законодательства в сфере рекламы и принципов социальной ответственности	навыками создания продающего и продвигающего текстового контента с учетом требований законодательства и принципов социальной ответственности
	ОПК-7.2. Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми и профессиональными нормами.	- специфику медиатекстов в зависимости от канала распространения, - коммуникативно-структурные типы медиатекстов, - формальные признаки рекламного и PR-текста, - структурно-семантические компоненты рекламного и PR-текста, - особенности логической структуры рекламного и PR-текста, - коммуникативные возможности структурных единиц рекламного и PR-текста и понимание механизма их воздействия	- аргументированно анализировать рекламные и PR-обращения, - описывать вербальные и невербальные составляющие текстов различных коммуникативных структурных типов, - оценивать текст с точки зрения категорий истинного и ложного, целесообразного и нецелесообразного, отвечающего или не отвечающего культурным представлениям нации	- навыками анализа текста с точки зрения используемых в нем приемов воздействия на аудиторию, -навыками создания текста в соответствии с поставленной задачей

4. Содержание 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. Медиариторика.

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.