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

«Основы копирайтинга»

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 45.03.01 Филология
(код, уровень и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) Прикладная филология

Квалификация выпускника бакалавр

Форма обучения очная

Разработчик (и): ***Селезнева Л.В.***, доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина».

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся базовых представлений о копирайтинге, о принципах создания продающих текстов разной природы и жанров, выявление функций данных текстов в системе массовой коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки _45.03.01 Филология (Прикладная филология), дисциплина «Основы копирайтинга» (Б1.В.05) относится к обязательным дисциплинам основной образовательной программы бакалавриата – к части, формируемой участниками образовательных отношений, и изучается в 7 семестре.

В составе других дисциплин направления «Прикладная филология» она связана с курсами «Риторики» (Б1.В.13), «Стилистика» (Б1.О.11), «Основ теории текста и дискурса» (Б1.В.12.02), предшествует курсам «Практикум по журналистике» (Б1.В.ДВ.01.02), «Практикум по креативному письму» (Б1.В.ДВ.01.01), «Технологии редакторской работы с текстом» (Б1.В.04), является основой «Журналистской практики» (Б2.О.03(П)) и «Коммуникационно-информационной практики» (Б2.О.04(П)).

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

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
ОПК-6: Способность решать стандартные задачи по организационному и документационному обеспечению профессиональной деятельности с применением современных технических средств, информационно-	ОПК-6.2. Использует в профессиональной деятельности алгоритмы решения стандартных организационных задач	Алгоритмы взаимодействия подразделений журналистских редакций в конкретных медиаструктурах Основы информационной безопасности	Создавать журналистские материалы в заданном формате, в определенные сроки	Методами оптимизации рабочего процесса с учетом взаимодействия подразделений Навыками проверки и анализа информации
	ОПК-6.3. Применяет современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для	Возможности интернет-поиска и верификации информации Технологические возможности различных медиаканалов	Выбирать оптимальные технические средства и технологии создания медиапродукта	Навыками использования необходимых компьютерных программ и работы в компьютерных сетях

коммуникационных технологий с учетом требований информационной безопасности.	решения задач	Программы создания и редактирования аудио- и видеоконтента		
ПК-1: Владеет технологиями сбора, подготовки и представления общественно актуальной информации через СМИ; базовыми навыками создания на основе стандартных методик различных типов текстов (журналистских, рекламных, в том числе текстов для социальных сетей) в соответствии с нормативными, отраслевыми, жанровыми и стилевыми требованиями	ПК-1.1. Знает характеристики основных жанров журналистских и рекламных текстов, требования к работе журналиста, технологии сбора, подготовки и представления общественно значимой информации, навыками фактчекинга; имеет представление о сфере PR	Принципы сбора, анализа и отбора общественно значимой информации. Жанровые характеристики информационных, публицистических и развлекательных журналистских текстов и медиапродуктов.	Определять информационный рейтинг и «новостной» потенциал фактуальной информации. Проводить проверку фактов. Выбирать жанр подачи информации, определяя соотношение «фактов» и «мнений» в создаваемом журналистском материале.	Технологиями сбора информации, создания проблемного и информационного репортажа, техниками интервьюирования. Навыками работы на брифингах и пресс-конференциях. Навыками фактчекинга, в том числе использования интернет-технологий. Стандартными схемами построения текстов различных жанров.
	ПК-1.2. Создает на основе стандартных методик журналистские и рекламные тексты основных жанров, в том числе для размещения на веб-сайтах и в соцсетях в соответствии с нормативными, отраслевыми, жанровыми и стилевыми требованиями	Жанровую специфику журналистских и рекламных текстов; жанровые и стилевые требования интернет-, радио- и тележурналистики; нормативные требования, предъявляемые к текстам профессиональной и сетевой журналистики.	Готовить журналистские материалы во всех информационных, публицистических и развлекательных жанрах. Создавать рекламные тексты в разных медиаформатах в рамках единой рекламной кампании.	Стандартными методиками создания, размещения и продвижения журналистского и рекламного контента.

	ПК-1.3. Владеет базовыми навыками копирайтинга и креативного письма	специфику интернета, принципы SEO, основы креативного письма и копирайтинга.	составлять контент-план, оптимизировать тексты под запросы базовый навык профессионального рерайтера.	разными форматами текстов и адаптировать их под разные площадки; навыками редактирования, создания логридов.

4. Содержание дисциплины

1.История копирайтинга. Значение, задачи и функции. Копирайтинг это составление рекламных (в том числе "продающих", имиджевых и презентационных) текстов. Таковыми можно считать все тексты, которые прямым или косвенным образом рекламируют товар, компанию, услугу, человека или идею. Специалистов, которые занимаются составлением рекламных текстов, называют копирайтерами. Основные задачи копирайтера.

2. Работа с текстом в сети интернет: основные направления деятельности. Понятие интернет-коммуникации и интернет-текста. Основные способы работы с текстом в сети интернет. Устная (голосовая) и письменная (текстовая и графическая) формы интернет-коммуникации, их специфика. Эффективная работа с текстом в сети интернет

3.Виды копирайтинга и технологии написания текстов. Основные направления в копирайтинге: контент, продающие тексты, брендинг и ребрендинг, нейминг SEO-копирайтинг, LSI-копирайтинг. Рерайтинг.

4.Текст в интернет-медиа: функции, жанры, особенности

Прикладные жанры интернет-коммуникации:

медиа-, ньюс-, пресс-релизы; составление медиа-плана, медиа-карты, пресс-дайджеста; бэкграундеры, факт-листы, подбор и написание текстов для медиа-, ньюс- и пресс-кита.

5.Тексты, продающие "чужое". Лендинг (посадочная страница). Композиция и структура лендинга. Структура эффективного лендинга. Собственно продающий текст, рекламный текст, технический текст (описание товаров или услуги; описание технических характеристик); текст-отзыв.

6.Тексты, продающие "чужое". Лендинг (посадочная страница). Композиция и структура лендинга. Структура эффективного лендинга. Собственно продающий текст, рекламный текст, технический текст (описание товаров или услуги; описание технических характеристик); текст-отзыв

7.**Тексты, продающие "себя".** Создание имиджевого текста, блог; воспоминания, мемуары; посты в социальных сетях. Создание информационного текста, привлекающего внимание к какому-то контенту. Создание образовательно-информационного контента. Создание авторского контента.