Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля):

Основы копирайтинга и спичрайтинга

наименование дисциплины (модуля)

Уровень высшего образования:

бакалавриат

указывается: бакалавриат, магистратура

Направление подготовки:

45.03.01 Филология

(код и название направления подготовки)

Направленность (профиль) образования:

Современная прикладная филология

Форма обучения:

очная

очная, очно-заочная, заочная

г. Москва

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 45.03.01 Филология, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 986.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 45.03.01 Филология дисциплина «Основы копирайтинга и спичрайтинга» относится к Блоку 1, дисциплины (модули), часть, формируемая участниками образовательных отношений, дисциплины по выбору (Б.В.ДВ.02.02).

2. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся базовых представлений о копирайтинге и спичрайтинге.

Для достижения поставленной цели в рамках дисциплины будут решаться следующие задачи:

1) сформировать представление о принципах создания продающих текстов разной природы и жанров;
2) выявить функции подобных текстов в системе массовой коммуникации;
3) развить практические навыки создания письменных и устных текстов различных жанров, обеспечивающих эффективную коммуникацию в медиапространстве, деловой, общественной и публичной сферах.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников

Компетенции выпускников (коды)	**Индикаторы достижения компетенций**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций**
ОПК-6: Способен решать стандартные задачи по организационному и документационном у обеспечению профессиональной деятельности с применением современных технических средств, информационно-коммуникационных технологий с учетом требований информационной безопасности.	ОПК-6.2. Использует в профессиональной деятельности алгоритмы решения стандартных организационных задач	Знать: алгоритмы взаимодействия подразделений журналистских редакций в конкретных медиаструктурах; основы информационной безопасности. Уметь: создавать медиаматериалы в заданном формате, в определенные сроки. Владеть: методами оптимизации рабочего процесса с учетом взаимодействия подразделений, навыками проверки и анализа информации.
ПК-3: Способен дорабатывать, обрабатывать и создавать на основе	ПК-2.1. Знает филологические основы текстообразования и нормативы создания	Знать: принципы сбора, анализа и отбора общественно значимой информации;

стандартных методик и действующих нормативов различные типы текстов и документов в соответствии с отраслевыми, жанровыми, стилевыми требованиями и практическими задачами, условиями реальной и виртуальной коммуникации	текстов и документов в соответствии с отраслевыми, жанровыми, стилевыми требованиями и практическими задачами	жанровые характеристики информационных, публицистических и развлекательных журналистских текстов и медиапродуктов. Уметь: определять «новостной» потенциал информации, проводить проверку фактов; выбирать жанр подачи информации.. Владеть: технологиями сбора информации, навыками фактчекинга, в том числе использования интернет-технологий; стандартными схемами построения текстов различных жанров.
	ПК-1.2. Владеет навыками креативного письма, обработки и переработки текстов различной направленности	Знать: жанровую специфику журналистских и рекламных текстов; жанровые и стилевые требования; нормативные требования, предъявляемые к текстам профессиональной и сетевой журналистики. Уметь: готовить журналистские материалы во всех информационных, публицистических и развлекательных жанрах, создавать рекламные тексты в разных медиаформатах в рамках единой рекламной кампании. Владеть: стандартными методиками создания, размещения и продвижения журналистского и рекламного контента.
	ПК-1.3. Осуществляет индексирование, аннотирование, реферирование текстов различной направленности, литературное редактирование и корректирование текстов различной степени глубины	Знать: специфику интернета, принципы SEO, основы креативного письма, спичрайтинга и копирайтинга. Уметь: составлять контент-план, оптимизировать тексты под запросы, работать с инфоповодами. Владеть: базовыми навыками профессионального рерайтера; разными форматами текстов и способами адаптировать их под разные площадки; навыками редактирования,

		создания лонгридов, речей, рекламных текстов.

4. Объем дисциплины (модуля) 2 з.е., в том числе 32 академических часа на контактную работу обучающихся с преподавателем; 38 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля). **Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**	**Всего (часы)**		В том числе							
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) ***Виды контактной работы, часы***					**Самостоятельная работа обучающегося** ***Виды самостоятельной работы, часы***			
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические/ лабораторные)	Групповые консультации	Индивидуальная работа с обучающимися	**Всего**	Работа с источниками	Индивидуальные задания	Подготовка к зачету	**Всего**
Тема 1. История копирайтинга. Значение, задачи и функции. Содержание: копирайтинг как составление рекламных (в том числе «продающих», имиджевых и презентационных) текстов. Таковыми можно считать все	6	2	2			4	2			2

тексты, которые прямым или косвенным образом рекламируют товар, компанию, услугу, человека или идею. Специалистов, которые занимаются составлением рекламных текстов, называют копирайтерами. Основные задачи копирайтера.										
Тема 2. Работа с текстом в сети интернет: основные направления деятельности. Содержание: 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.	10	2	2			4	2	4		6
Тема 3. Виды копирайтинга и	10	2	2			4	2	4		6

технологии написания текстов. Содержание: основные направления в копирайтинге (контент, продающие тексты, брендинг и ребрендинг, нейминг SEO-копирайтинг, LSI-копирайтинг), рерайтинг.										
Тема 4. Текст в интернет-медиа: функции, жанры, особенности. Содержание: 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.	10	2	2			4	2	4		6
Тема 5. Технологии создания различных видов текстов. Тексты, продающие «чужое»: лендинг (посадочная страница), его композиция и	12	4	4			8	4			4

структура; рекламный текст, технический текст (описание товаров или услуги; описание технических характеристик); текст-отзыв. Тексты, продающие «свое»: имиджевый текст, блог; воспоминания, мемуары; посты в социальных сетях. Создание образовательно-информационного контента. Создание авторского контента.										
Тема 6. Публичная речь и основы спичрайтинга. Содержание: спичрайтинг в политической, корпоративной и медиакоммуникации, имиджевые тексты и публичные выступления.	20	4	4			8	2	4	6	12
Промежуточная аттестация	Зачет в 6 семестре						2			
Итого	70						2			

6. Фонд оценочных материалов по дисциплине (модулю)

Типовые задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

6.1. Работа с источниками предполагает работу с учебной литературой основного и дополнительного блока, а также с материалами занятий и самостоятельный поиск ответов на вопросы по темам курса для закрепления пройденного материала.

Тема 1. История копирайтинга. Значение, задачи и функции.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Понятие «копирайтинг». Какие этапы развития копирайтинга можно выделить?
2. Чем современный копирайтинг отличается от традиционного рекламного письма?
3. Какие основные задачи решает копирайтинг?
4. Какие виды текстов создаёт современный копирайтер?
5. Какие профессиональные компетенции необходимы современному копирайтеру?

Тема 2. Работа с текстом в сети интернет: основные направления деятельности.

1. Какие виды интернет-контента наиболее востребованы в цифровой среде?
2. Чем отличаются информационные, рекламные, продающие и имиджевые тексты?
3. Что такое контент-маркетинг и какую роль в нем играет копирайтинг?
4. Каковы принципы адаптации текста для различных цифровых платформ?
5. Какие этические нормы необходимо соблюдать при создании интернет-контента?

Тема 3. Виды копирайтинга и технологии написания текстов.

1. Какие виды копирайтинга выделяют в современной практике? Чем они отличаются?
2. Что такое SEO-копирайтинг и каковы его основные особенности?
3. В чем заключается специфика LSI-копирайтинга?
4. Какие задачи решает рерайтинг?
5. Каковы основные этапы подготовки текста: от получения технического задания до финального редактирования?

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

1. Чем медиатекст отличается от традиционного печатного текста?
2. Какие речевые, композиционные и стилистические особенности характерны для прикладных медиатекстов?
3. Чем отличаются пресс-релиз, ньюс-релиз и медиа-релиз?
4. Что такое медиаплан и каковы основные этапы его разработки?
5. Как адаптировать один и тот же информационный материал для различных интернет-площадок и целевых аудиторий?

Тема 5. Технологии создания различных видов текстов.

1. Какие особенности имеют тексты, продающие «чужой» продукт, и чем они отличаются от текстов, продающих личный бренд или собственный продукт?
2. Что такое лендинг (посадочная страница) и каковы его основные композиционные элементы?
3. Какие требования предъявляются к созданию рекламного и технического текста (описания товара или услуги)?
4. Каковы особенности написания текста-отзыва и какие функции он выполняет в интернет-коммуникации?
5. Что представляет собой имиджевый текст и какие средства используются для формирования положительного образа компании, организации или личности?
6. Какие принципы лежат в основе создания образовательно-информационного контента для цифровых платформ?
7. Что понимается под авторским контентом и какие требования предъявляются к его созданию в современных интернет-медиа?
8. Какие критерии позволяют оценить эффективность различных видов текстов и какие типичные ошибки допускаются при их создании?
9. Как использовать сторителлинг при создании имиджевых, авторских и рекламных текстов?
10. Какие этапы включает процесс создания текстов различных видов?

Тема 6. Публичная речь и основы спичрайтинга.

1. Что такое спичрайтинг и каковы его место и роль в современной политической, корпоративной и медиакоммуникации?
2. Какие основные виды публичных выступлений существуют и чем они отличаются друг от друга?
3. Каковы этапы подготовки публичной речи: от постановки цели до произнесения выступления?
4. Какие требования предъявляются к структуре и композиции публичной речи?
5. Как адаптировать текст выступления с учетом особенностей целевой аудитории, ситуации и канала коммуникации?
6. Какие языковые, риторические и стилистические средства используются для повышения убедительности публичного выступления?
7. Что такое имиджевый текст и какую роль он играет в формировании репутации личности, организации или бренда?
8. Каковы особенности подготовки речей для политической, корпоративной и медиакоммуникации?
9. Какие типичные ошибки допускаются при подготовке и произнесении публичных выступлений и как их избежать?
10. Чем письменный текст отличается от текста, предназначенного для устного публичного выступления?

6.2. Индивидуальное задание по теме «Работа с текстом в сети интернет: основные направления деятельности».

Выберите информационный текст (новость, пресс-релиз, статью, публикацию на официальном сайте организации). На основе исходного текста подготовьте два варианта публикации: новость на сайте (200-300 слов) и пост для социальной сети (100-150 слов). Подготовьте аналитическую записку, где необходимо сравнить тексты: какие изменения внесены и почему.

Критерии оценивания (максимальный балл – 20)

Критерий	Баллы
Соответствие новости требованиям официального сайта	5
Качество адаптации текста для социальной сети	5
Сохранение смысла и точности исходной информации	5
Обоснование внесенных изменений	2
Грамотность, стиль и оформление	3

1. Индивидуальное задание по теме «Виды копирайтинга и технологии написания текстов».

Создайте тексты разных видов. Выберите один объект продвижения (товар, услугу, мероприятие, образовательную программу, организацию, личный бренд и т.д.), подготовьте информационный (200-300 слов) и продающий текст (150-250) слов. По итогу напишите аналитическую записку, где необходимо сравнить созданные тексты:

- какие виды копирайтинга были использованы;
- чем отличаются цели и задачи каждого текста;
- какие технологии создания текста были применены;
- каким образом учитывались особенности целевой аудитории.

Критерии оценивания (максимальный балл – 20)

Критерий	Баллы
Соответствие информационного текста выбранному жанру	5
Качество продающего текста и применение технологии копирайтинга	5
Учет целевой аудитории и коммуникативной задачи	5
Аргументация выбора технологий и их сравнение на практике	2
Грамотность, логичность изложения, оформление	3

2. Индивидуальное задание по теме «Текст в интернет-медиа: функции, жанры, особенности».
Выберите организацию (коммерческую компанию, государственное учреждение, образовательную организацию, учреждение культуры, общественную организацию и т.д.) и напишите пресс-релиз (400-600 слов), посвященный одному из информационных поводов: проведение мероприятия, запуск нового проекта или продукта, открытие нового подразделения, подведение итогов деятельности, заключение партнерского соглашения, проведение благотворительной акции, иное общественно значимое событие.
При подготовке пресс-релиза необходимо:
1. определить целевую аудиторию и цель публикации;
2. сформулировать информативный заголовок;
3. подготовить лид, содержащий ключевую информацию о событии;
4. изложить основную информацию в логичной последовательности с соблюдением структуры пресс-релиза;
5. включить цитату официального представителя организации;
6. подготовить справочную информацию об организации (справка для редакции);
7. оформить контактные данные пресс-службы.

Критерии оценивания (максимальный балл – 30)

Критерий	Баллы
Соответствие материала жанровым признакам пресс-релиза	5
Логичность структуры и полнота раскрытия информационного повода	5
Качество заголовка и лида	5
Использование официально-делового стиля и соблюдение норм современного русского языка	5
Корректность оформления цитаты, справочной информации и контактных данных	5
Оригинальность, грамотность, оформление	5

3. Индивидуальное задание по теме «Публичная речь и основы спичрайтинга».
Выберите одну из предложенных коммуникативных ситуаций:
- выступление руководителя организации на открытии мероприятия;
- приветственная речь ректора на Дне открытых дверей;

- выступление руководителя проекта при запуске;
- речь представителя организации на благотворительной акции;
- поздравительное выступление по случаю профессионального праздника;
- мотивационная речь для сотрудников организации.

Напишите текст публичного выступления (600–800 слов), согласно критериям:

1. определить цель выступления и целевую аудиторию;
2. яркое и уместное вступление;
3. логично раскрыть основную тему выступления с использованием аргументов, примеров и риторических приемов;
4. включить средства речевого воздействия (риторические вопросы, обращения, повторы, метафоры, цитаты и др.);
5. завершить выступление выразительным заключением.

После текста подготовьте краткий комментарий, в котором обоснуйте: выбор коммуникативной стратегии; используемые приемы спичрайтинга; особенности адаптации речи к выбранной аудитории.

Критерии оценивания (максимальный балл – 30)

Критерий	Баллы
Соответствие текста выбранной коммуникативной ситуации	5
Логика построения и композиция публичной речи	5
Использование приемов спичрайтинга и средств речевого воздействия	5
Учет особенностей целевой аудитории и коммуникативной цели	5
Грамотность, стиль изложения, оформление	5
Убедительность, выразительность и речевое воздействие выступления	5

6.3. Вопросы к зачету:

1. Понятие копирайтинга, его значение, цели и основные функции.
2. История становления и развития копирайтинга в России и за рубежом.
3. Основные виды копирайтинга и сферы их применения.
4. Особенности работы копирайтера в цифровой среде.
5. Интернет-коммуникация и интернет-текст: понятие, особенности и функции.
6. Основные направления работы с текстом в сети Интернет.
7. Особенности создания текстов для официальных сайтов.

8. Особенности подготовки публикаций для социальных сетей.
9. Принципы адаптации текста для различных цифровых платформ.
10. Основные технологии создания текстов в копирайтинге.
11. Структура и особенности создания продающего текста.
12. Особенности создания рекламных, информационных и имиджевых текстов.
13. Технология подготовки текстов для лендингов (посадочных страниц).
14. Особенности создания технических текстов и описаний товаров (услуг).
15. Авторский и образовательно-информационный контент: особенности подготовки.
16. Медиатекст: понятие, функции и жанры.
17. Пресс-релиз как жанр прикладной интернет-коммуникации: структура и требования к подготовке.
18. Бэкграундер, факт-лист, медиа-кит и пресс-кит: назначение и особенности подготовки.
19. Медиаплан, медиакарта и пресс-дайджест: назначение и принципы составления.
20. Особенности взаимодействия копирайтера со средствами массовой информации.
21. Понятие спичрайтинга и его место в современной профессиональной коммуникации.
22. Основные виды публичных выступлений и сферы применения спичрайтинга.
23. Этапы подготовки текста публичного выступления.
24. Композиция публичной речи: вступление, основная часть и заключение.
25. Средства речевого воздействия и приемы убеждения в публичном выступлении.
26. Особенности подготовки имиджевых речей для политической, корпоративной и медиакоммуникации.
27. Роль целевой аудитории при подготовке текстов.
28. Этические нормы и требования к профессиональной деятельности копирайтера и спичрайтера.
29. Современные цифровые технологии в практике копирайтинга и спичрайтинга.

Результаты обучения оцениваются: зачтено/не зачтено.
Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Шкала и критерии оценивания *(шкала и критерии оценивания могут быть едиными (типовыми) для всех дисциплин (модулей), входящих в ОПОП)*

7. Методические материалы

7.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и иные материалы
Список учебной литературы
Основная литература:

1. Трищенко, Д. А. Копирайтинг: Учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —URL: https://www.urait.ru/bcode/542706.

Дополнительная литература:

1. Луговой, Д. Б. Копирайтинг: Учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/75579.html.

7.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10.
2. Microsoft Office 2016 стандартная.
3. Microsoft Power Point.

8. Ресурсное обеспечение
8.1. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Портал «Русские словари» - www.slovari.ru;
2. Орфографический ресурс «Академос» - https://orfo.ruslang.ru;
3. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» - http://www.gramota.ru/;
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» - https://cyberleninka.ru/.

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - https://wciom.ru/;
2. Сайт исследовательской компании Mediascope – https://mediascope.net/.

9. Язык преподавания русский.

10. Разработчики программы

П.А. Острижная, ассистент кафедры социально-гуманитарных дисциплин ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина».