

Аннотация

к рабочей программе по дисциплине Б1.1.34 «Основы копирайтинга», изучаемую в рамках ОПОП 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Целью изучения дисциплины «Основы копирайтинга» является ознакомление студентов с основными видами рекламных и PR-текстов и методами их создания.

Дисциплина участвует в формировании компетенций:

– обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

– способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

– способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

В результате изучения дисциплины «Основы копирайтинга» студенты **должны знать** основные виды рекламных и PR-текстов и методы их создания, специфику традиционных и современных средств рекламы, особенности организации работы копирайтера.

На основе приобретенных знаний **формируются умения** применять тропы и фигуры речи, использовать различные виды аргументации, определять стиль и структуру рекламного текста; под контролем осуществлять подготовку рекламных текстов, организовать подготовку к выпуску, производству текстовую часть рекламной продукции. **Приобретаются навыки** создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыки литературного редактирования и копирайтинга.

Эти результаты освоения дисциплины «Основы копирайтинга» достигаются за счет использования в процессе обучения интерактивных методов и технологий формирования необходимых компетенций у студентов, а именно:

– чтения лекций, в том числе лекции-дискуссии, лекции проблемного характера;

– проведение практических занятий, в том числе в активных и интерактивных формах.

К таким формам при изучении данного курса можно отнести:

– технология активного (контекстного) обучения;

– выступление с сообщениями с последующим обсуждением.

Учебная дисциплина «Основы копирайтинга» относится к дисциплинам базовой части Б1.1. «Основы копирайтинга» опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Русский язык и культура речи», «Основы интегрированных коммуникаций», «Введение в специальность», «Основы теории коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Ораторское искусство», «Культура делового общения», «Теория и практика связей с общественностью». Необходимыми требованиями к «входным» знаниям и умениям студента при освоении данной дисциплины являются следующие: представление о языке как о средстве воздействия на общественное мнение; способность к речевому взаимодействию с помощью языковых средств; умение опознавать, анализировать, сопоставлять языковые явления и факты с точки зрения нормативности, соответствия сфере и ситуации общения.

Компетенции приобретенные в ходе изучения дисциплины «Основы копирайтинга» готовят студента к освоению следующих дисциплин: «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью», «Продвижение в социальных медиа», «Разработка и технологии производства рекламного продукта»,

«Основы брендинга», «Политический PR», «Управление брендом», «Разработка рекламных и презентационных фильмов».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.
Продолжительность изучения дисциплины – один семестр.