

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины

«Б1. О.09.05 Копирайтинг» ЗФО

Направление

подготовки/специальность 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Объем трудоемкости: 3 зач. ед.

Цель дисциплины - подготовить учащихся к аналитической рекламной деятельности в области копирайтинга, поэтому направлена на развитие культуры их мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

Программа продуцирует углубленное представление о структуре и единицах рекламного сообщения, предполагая обучить студентов современным продуктивным тактикам и стратегиям воздействия рекламного текста на аудиторию. Параллельно предполагается развивать способности учащихся использовать на практике навыки и умения в организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ и их умение принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации.

Задачи дисциплины

1. Углубить знания учащихся о стилистической дифференциации и стилистической принадлежности рекламных произведений, расширить представление студентов о рекламных жанрах на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации.

2. Выработать умение создавать эффективные по своему воздействию рекламные тексты в зависимости от рекламного носителя или СМИ,

3. Повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки студентов, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности, тем самым дать понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности в сфере рекламы.

4. Обучить методологии и практике экспертирования продуктивных рекламных сообщений, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности, умении провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.О.09.05 «Копирайтинг» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью в СМИ» (бакалавриат).

Курс «Копирайтинг» тесно связан и опирается на знания, полученные в таких дисциплинах как «Язык массовых коммуникаций», «Спичрайтинг», «Работа с текстами в рекламе и ПР» и др.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся

следующих компетенций: УК-5 (способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах), ОПК-1 (способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем), ОПК-3 (способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов)

Основные разделы дисциплины: Предмет, структура и методология курса; Печатный рекламный текст: структура, создание и внедрение в жизнь рекламного проекта; Рекламное сообщение как продукт деятельности копирайтера; Порождение и экспертиза имени бренда в рекламе; Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения; Основной текстовый рекламный блок; Тексты радиорекламы; Рекламный текст на TV; Особенности текстов политрекламы.

Курсовые работы: *не предусмотрены.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Автор РПД - канд. фил. наук, старший преподаватель Кучменко М. А.