

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан филологического факультета



И. В. Тубалова

« 15 » марта 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

**Копирайтинг**

по направлению подготовки  
**42.03.03 Издательское дело**

Направленность (профиль) подготовки:  
**Книгоиздательское дело**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Бакалавр**

Год приема  
**2021**

Код дисциплины в учебном плане: Б1.О.28

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

И.А. Айзикова

Председатель УМК

Ю.А. Тихомирова

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- **ОПК-1** – способность 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;
- **ПК-1** – способность осуществлять отбор авторских материалов для публикации в изданиях разных видов;
- **ПК-4** – способность к организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

- **ИОПК-1.1.** Демонстрирует знание основного изучаемого языка в его литературной форме, особенностей текстов и продуктов различных жанров, стилей и форматов, а также иных, кроме вербальной, знаковых систем;
- **ИОПК-1.2.** Выявляет единицы речевой реализации разных видов текста, а также механизмы их образования;
- **ИОПК-1.3.** Использует нормы русского и иностранного языков, учитывает особенности иных знаковых систем, а также различных видов текста и механизмов текстопорождения при создании и редактировании востребованных обществом и индустрией текстов (включая медиа-) и продуктов (медиа- и коммуникационных) различных жанров, стилей и форматов;
- **ИПК-1.1.** Определяет приоритетные для публикации темы, жанры, стили в зависимости от целевого назначения и читательского адреса;
- **ИПК-1.2.** Подбирает и анализирует основные источники информации в предметной, тематической области, а также методы ее сбора и обработки;
- **ИПК-1.3.** Оценивает степень компетентности авторов, соответствия предоставленных материалов авторскому праву, требованиям и формату данного СМИ / издательства, целесообразности их публикации;
- **ИПК-4.1.** Понимает особенности организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ, их регламентированность гражданским законодательством РФ, стандартами и иными нормативными актами;
- **ИПК-4.2.** В целях организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ определяет целевую аудиторию потребителей, отбирает информацию о ситуации на рынке, использует технологии маркетинговых исследований;
- **ИПК-4.3.** Использует современные информационные технологии и программные продукты для организации продвижения продукции книгоиздания и СМИ.

## **2. Задачи освоения дисциплины**

- изучить принципы копирайтинга;
- сформировать навыки работы с коммерческими текстами;
- научиться составлять тексты для различных маркетинговых задач.

## **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Семестр 6, экзамен.

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Основы цифровой грамотности», «Информационные технологии в издательской деятельности», «Практикум по орфографии и пунктуации», «Медиаконтент и технологии его создания», «Технологии производства печатных и электронных средств информации», «Практическая и функциональная стилистика русского языка».

## **6. Язык реализации**

Русский.

## **7. Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

– лекции: 20 ч.;

– практические занятия: 30 ч.

в том числе практическая подготовка: 30 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом: 55,5 ч.

## **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

### **Тема 1. Теория копирайтинга**

Предмет копирайтинга, его место и роль в системе рекламного бизнеса. Ключевые понятия и основная терминология.

### **Тема 2. Рекламный текст**

Специфика рекламного текста. Процесс создания рекламного текста. Виды и стили рекламных текстов.

### **Тема 3. Работа над заголовком**

Роль заголовков в рекламном тексте. Типы заголовков. Методика написания различных типов заголовков.

### **Тема 4. Подзаголовок и слоган**

Роль подзаголовков и слогана в рекламном тексте. Методика создания эффективных подзаголовков и слоганов.

### **Тема 5. Работа с основным текстом**

Структура рекламного текста. Методика написания рекламных текстов различных стилей. Риторические приемы.

### **Тема 6. Специфика форматов рекламного текста**

Особенности и методика создания текстов печатной, теле-, радио-, интернет-рекламы.

### **Тема 7. Спичрайтинг**

Сущность спичрайтинга и методы его создания.

## **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

## 10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

В курсе предусмотрены три контрольные работы (как элементы текущего контроля), влияющие на итоговую оценку. В первой студент должен продемонстрировать знание основных понятий и терминов копирайтинга (ИОПК-1.1), во второй — понимание структуры рекламного текста (ИОПК-1.2), в третьей — понимание специфики создания рекламных текстов для различной целевой аудитории (ИОПК-1.3). Итоговая работа (экзамен) представляет собой проект: написание рекламного текста для продвижения издательского продукта (ИПК-1.1–1.3, ИПК-4.1–4.3).

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** выставляется при условии успешного написания студентом 3 контрольных работ и защиты итогового проекта.

Оценка **«хорошо»** выставляется в случае успешного написания 2 контрольных работ и защиты итогового проекта.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в случае успешного написания только 1 контрольной работы или неудачной защиты итогового проекта.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в случае неуспешного написания всех контрольных работ и/или отсутствия итогового проекта.

## 11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» – <https://moodle.tsu.ru/enrol/index.php?id=5337>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

## 12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

– Сердобинцева Е.В. Структура и язык рекламных текстов: учеб. пособие / Е.В. Сердобинцева. – М.: Флинта, 2021. – 160 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1234664>

– Интернет-журналистика и интернет-реклама: учеб. пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/989631>

– Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб. пособие для студентов вузов / под. ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – М.: Аспект-Пресс, 2017. – 224 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039446>

– Шамина И.С. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И.С. Шамина. – Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. – 260 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/989628>

– Современный медиатекст: учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – М.: ФЛИНТА, 2019. – 412 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1042225>

б) дополнительная литература:

– Каплунов Д.А. Бизнес-копирайтинг. Как писать серьезные тексты для серьезных людей / Д.А. Каплунов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 330 с.

– Каплунов Д.А. Эффективное коммерческое предложение. Исчерпывающее руководство / Д.А. Каплунов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 272 с.

– Соломатина О.А. Писать легко: как писать тексты, не дожидаясь вдохновения / О.А. Соломатина. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 92 с.

- Панда П. Копирайтер, расти! О продающих текстах и профессиональном росте / П. Панда. – СПб.: Питер, 2016. – 226 с.
- Щербина Ю.В. Книга. Текст. Коммуникация. Словарь-справочник новейших терминов и понятий: справочник / Щербина Ю.В. – М.: Форум; НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 304 с.

в) ресурсы сети Интернет:

- Общероссийская Сеть «КонсультантПлюс». Справочная правовая система – <http://www.consultant.ru>
- Биржа копирайтинга «Адвего» – <https://advego.com/>
- Сервис улучшения текста «Главред» – <https://glvrd.ru/>
- Сервис онлайн-проверки текста на уникальность «Текст.ру» – <https://text.ru/>
- Сервис проверки грамотности текста «Орфограммка» – <https://orfogrammka.ru/>

### **13. Перечень информационных технологий**

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс.Диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС «Лань» – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Консультант студента» – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа «Юрайт» – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

### **15. Информация о разработчиках**

Смолянинов Артем Витальевич, аспирант, ассистент кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования ФилФ НИ ТГУ.