

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

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
Д. Ю. Баланев

Рабочая программа дисциплины

Копирайтинг

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения
Очная

Квалификация
Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема
2024

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.В. Гужова

Председатель УМК
М.А. Подойницина

Томск – 2024

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

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

ПК-1 Способен управлять информационными ресурсами организации, в том числе при реализации ее коммуникационных проектов, создавать и продвигать контент с использованием цифровых и сетевых технологий

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-1.1 Знает стилистические и жанровые особенности медиатекстов, методы и приемы разработки неймов, нормы и выразительные возможности русского и иностранного языка, иных знаковых систем, используемые для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

РООПК-1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом стилистических и жанровых особенностей, норм и выразительных возможностей русского и иностранного языка, иных знаковых систем

РОПК-1.1 Знает принципы управления информационными ресурсами организации, способы оптимизации их работы при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий

РОПК-1.2 Умеет создавать контент для информационных ресурсов организации, осуществлять мониторинг и оптимизировать их работу при реализации различных стратегий и коммуникационных проектов с использованием новейших цифровых и сетевых технологий

2. Задачи освоения дисциплины

- Научиться идентифицировать и анализировать различные стилистические и жанровые особенности медиатекстов, а также освоить методы и приемы разработки неймов и адаптации контента, включая нормы и выразительные возможности как русского, так и иностранных языков и знаковых систем.

- сформировать навык создания медиатекстов и коммуникационных продуктов, ориентированных на целевую аудиторию, с учетом актуальных тенденций и стратегий в цифровой среде.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор. Дисциплина входит в модуль Контент-менеджмент.

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

Пятый семестр, экзамен

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам:

Русский язык и культура речи, Теория и практика рекламы и связей с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации, Профессиональные коммуникации в PR и рекламе, Основы теории коммуникации, Психология личности, Прикладная культурология в рекламе и PR, Стилистика рекламных и PR-текстов, Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности, Технологии разработки рекламного продукта.

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

-лекции: 10 ч.

-практические занятия: 24 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Тема 1: Психология потребителя в копирайтинге

- Понимание целевой аудитории
- Влияние эмоций
- Когнитивные искажения

Тема 2: Структура и форматирование текста

- Правила написания текстов
- Заголовки и подзаголовки
- Использование визуальных элементов

Тема 3: SEO и копирайтинг: написание для поисковых систем

- Основы поисковой оптимизации
- Ключевые слова и фразы
- Анализ конкурентов

Тема 4: Копирайтинг для социальных сетей

- Специфика различных платформ
- Создание вирусного контента
- Аналитика и упаковка контента

Тема 5: Этика и ответственность копирайтера

- Проблемы этики в рекламе
- Плагиат и авторские права
- Социальная ответственность копирайтера

9. Текущий контроль по дисциплине

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

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в пятом семестре проводится в устной форме по вопросам. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

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

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

Бочарова Т. И.. Рекламные тексты. Сборник упражнений : учебное пособие для вузов / Бочарова Т. И.. - 3-е изд., стер.. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 88 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/302213>

Горшеев И. В. Я бы поправил : пошаговое руководство по редактированию текстов / Игорь Горшеев ; [гл. ред. Р. Фасхутдинов ; отв. ред. Я. Жаворонков]. - Москва : Эксмо, 2023. - 172, [1] с.: ил. - (ТЕХТ UP. Копирайтинг нового уровня)

Кузнецов П. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : Практическое пособие. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 130 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=431607>

б) дополнительная литература:

Богданова М. Я - копирайтер: Как зарабатывать с помощью текстов : Практическое пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2022. - 208 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=418088>

Кот Д. Продающие тексты: модель для сборки : копирайтинг для всех / Дмитрий Кот. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2022. - 191, [1] с.: ил., табл. - (Серия "Маркетинг для профессионалов")

Кузнецов П. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : Практическое пособие. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. - 131 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=371000>

Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/533003>

Миллер Д. Метод StoryBrand: расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 232 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=368711>

Назайкин А. Н. Сторителлинг в современном копирайтинге : как использовать и создавать истории для современных текстов СМИ, социальных сетей, рекламы, ЗК, литературы и кино / А. Н. Назайкин. - Москва : Солон-Пресс, 2022. - 191 с.: табл.

Панда П. Тексты, которым верят : коротко, понятно, позитивно / Петр Панда. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2019. - 253, [1] с. - (Серия "Маркетинг для профессионалов")

Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/545354>

Стейплс Т. Прорваться сквозь шум: как привлечь всеобщее внимание в сети : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 256 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=368803>

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. — URL : <https://urait.ru/bcode/542706>

Хэндли Э. Пишут все! : как создавать контент, который работает / Энн Хэндли ; пер. с англ. Марии Сухотиной. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. - 386, [1] с.: ил.

Шугерман Д. Как создать крутой рекламный текст: принципы выдающегося американского копирайтера : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 438 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=368689>

в) ресурсы сети Интернет:

– открытые онлайн-курсы

– Журнал «Эксперт» - <http://www.expert.ru>

– Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ - www.gsk.ru

– Официальный сайт Всемирного банка - www.worldbank.org

– Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система.

<http://www.consultant.ru>

<https://text.ru/seo>

<https://content-watch.ru/text/>

<https://wordstat.yandex.ru/>

<https://orfogrammka.ru/>

<https://advego.com/text/>

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 On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

– публично доступные облачные технологии (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/>

в) профессиональные базы данных (*при наличии*):

– Университетская информационная система РОССИЯ – <https://uisrussia.msu.ru/>

– Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

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

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешенном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Шамсудинова Снежана Сергеевна, канд. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ