**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**
**(РУТ (МИИТ)**

Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программа бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

## Копирайтинг

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 72869
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария Геннадьевна
Дата: 01.06.2023

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью дисциплины является изучение теории и общих практических подходов к написанию рекламных и PR-текстов разных жанров с целью установления действенной и эффективной коммуникации.

Задачи дисциплины:

- изучение коммуникативно-стилистической характеристики рекламного и PR-текста;
- изучение параметров конститутивности текста;
- определение и жанровая типология рекламного и PR-текста;
- основные требования к рекламному и PR-тексту;
- разновидности текстов для СМИ и информационного пакета для прессы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

**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.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

**Уметь:**

- оценивать рекламные и PR-тексты;
- определять виды рекламы и формировать соответствующие рекламные и PR-тексты;
- оценивать рекламный и PR-текст на предмет качества и достоверности;
- исправлять ошибки допущенные в рекламных и PR-текстах;
- определять основные результаты использования рекламного и PR-текста.

**Знать:**

- основные категории дисциплины;
- классификацию текстов;

- функции и цели рекламного и PR-текста;
- нормативно-правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью;
- особенности разных жанров рекламного и PR-текста;
- требования к тексту и основные типы ошибок

**Владеть:**

- навыками сбора, обработки, анализа данных для формирования рекламного и PR-текста;
- навыками подготовки рекламного и PR-текста;
- навыками подготовки пресс-релизов;
- навыками рекламного и PR-текста в фактологическом жанре;
- навыками подготовки текстов исследовательско-новостных жанров

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

| Тип учебных занятий | Количество часов | |
|---|---|---|
| | Всего | Семестр №6 |
| Контактная работа при проведении учебных занятий (всего): | 64 | 64 |
| В том числе: | | |
| Занятия лекционного типа | 16 | 16 |
| Занятия семинарского типа | 48 | 48 |

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 44 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или)

лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

## 4. Содержание дисциплины (модуля).

### 4.1. Занятия лекционного типа.

| № п/п | Тематика лекционных занятий / краткое содержание |
|---|---|
| 1 | Введение в копирайтинг.<br>Рассматриваемые вопросы:<br>- Ключевые определения, цели и задачи;<br>- Функции копирайтинга |
| 2 | История развития и становления копирайтинга в мире<br>Рассматриваемые вопросы:<br>- Основные этапы развития и их связь с технологическими прорывами.<br>- Иностранные и отечественные копирайтеры. |
| 3 | Классический копирайтинг.<br>Рассматриваемые вопросы:<br>- Основные средства копирайтинга;<br>- Ключевые эелементы копирайтинга |
| 4 | Основы SEO-копирайтинга.<br>Рассматриваемые вопросы:<br>- Понятие SEO<br>- Формирование запроса в условиях внешней среды |
| 5 | Основные стилистические и фразеологические обороты в копирайтинге<br>Рассматриваемые вопросы:<br>- Иструменты влияния слова на восприятие потребеителем<br>- Основы стилистики и фразеологии |
| 6 | Основные речевые стратегии в рекламе<br>Рассматриваемые вопросы:<br>- Позиционирующие стратегии;<br>- Оптимизирующие стратегии |

### 4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание |
|---|---|
| 1 | Копирайтинг вокруг нас.<br>В результате работы на практическом занятии студент изучает основные задачи копирайтинга и примеры из жизни – наиболее удачных и наоборот. В каких областях и в какой форме. |
| 2 | История копирайтинга.<br>В результате работы на практическом занятии студент изучает развитие копирайтинга до 90 хх XX века. |
| 3 | История копирайтинга.<br>В результате работы на практическом занятии студент изучает развитие копирайтинга от 00 хх годов XX века по настоящее время. |

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание |
|---|---|
| 4 | Основные тренды копирайтинга. Анализ изменения трендов за последние 3-5 лет<br>В результате работы на практическом занятии студент изучает основные тренды копирайтинга |
| 5 | Разбор типовой структуры рекламного текста.<br>В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык написания рекламного текста |
| 6 | Разбор типовой классификации знаков по Ч.С.Пирсу<br>В результате работы на практическом занятии студент изучает иконические знаки, символьные знаки, индексальные знаки |
| 7 | Роль маркера в копирайтинге.<br>В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык сбора маркеров и проводит работу с ними |
| 8 | Различные ЦА. Стилистические и фразеологические особенности работы с разными возрастными группами лиц<br>В результате работы на практическом занятии студент изучает ЦА |
| 9 | Определение ЦА по ключевым признакам. Стилистические и фразеологические особенности работы с учетом культурных и национальных особенностей<br>В результате работы на практическом занятии студент изучает стилистические и фразеологические особенности работы |
| 10 | Анализ текстов.<br>В результате работы на практическом занятии студент находит ошибки в уже готовых текстах |
| 11 | Формулирование слоганов на основе предложенных кейсов.<br>В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык формулирования кратких и емких речевых оборотов |
| 12 | Основы создания буклета<br>В результате работы на практическом занятии студент изучает основы создания букдета |
| 13 | Создание рекламных текстов для социальных сетей.<br>В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык создания рекламных текстов для социальных сетей |
| 14 | Создание рекламных текстов для юридических лиц.<br>В результате работы на практическом занятии студент создает рекламные тексты |
| 15 | SEO-тексты. Создание рекламных текстов для продвижения интернет-товаров.<br>В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык создания рекламных текстов для продвижения интернет-товаров |
| 16 | Основы создания рекламной кампании<br>В результате работы на практическом занятии студент создает рекламную кампанию |
| 17 | Разработка проекта текста по выбранной тематике.<br>В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык разработки и написания проекта текста |
| 18 | Представление проекта, анализ работы, рефлексия<br>В результате работы на практическом занятии студент представляет свой проект |
| 19 | Оценка качества копирайтинга<br>Рассматриваемые вопросы:<br>критерии для анализа текстов.<br>инструменты для анализа текстов. |
| 20 | Рерайтинг и адаптация текстов<br>Рассматриваемые вопросы:<br>когда использовать эти техники<br>как использовать эти техники |

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание |
|---|---|
| 21 | Копирайтинг на заказ<br>Рассматриваемые вопросы:<br>как выбрать заказчика<br>определить стоимость работы |

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

| № п/п | Вид самостоятельной работы |
|---|---|
| 1 | Подготовка к практическим занятиям |
| 2 | Работа с лекционным материалом |
| 3 | Работа с литературой |
| 4 | Темы и вопросы, определяемые преподавателем с учетом интересов студента. |
| 5 | Подготовка к промежуточной аттестации. |
| 6 | Подготовка к текущему контролю. |

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

| № п/п | Библиографическое описание | Место доступа |
|---|---|---|
| 1 | Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. | ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425190 (дата обращения: 24.03.2022). - Текст: электронный |
| 2 | Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с | ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477078 (дата обращения: 24.03.2022). - Текст: электронный |

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (https://www.miit.ru/).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (http:/library.miit.ru).

Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/).

Общие информационные, справочные и поисковые системы

«Консультант Плюс» (https://www.consultant.ru/), «Гарант» (https://www.garant.ru/).

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (http://e.lanbook.com/).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс. Браузер.
Операционная система Microsoft Windows.
Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и ПК с необходимым программным обеспечением и подключением к сети интернет

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

старший преподаватель кафедры «Экономика и управление на транспорте» З.В. Филимонова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической комиссии М.В. Ишханян