

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет
имени И.Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет историко-филологический
Кафедра русского языка, литературы и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической
работе С.Н. Титов

ОСНОВЫ КОПИРАЙТИНГА

Программа учебной дисциплины модуля «Прикладные дисциплины» части,
формируемой участниками образовательных отношений

основной профессиональной образовательной программы высшего
образования – программы бакалавриата по направлению подготовки
42.03.02 Журналистика,

направленность (профиль) образовательной программы
Журналистика

(очная форма обучения)

Составитель: Узикова О.Г., старший
преподаватель кафедры русского языка,
литературы и журналистики

Рассмотрено и утверждено на заседании учёного совета историко-
филологического факультета, протокол от «14» мая 2024 г. № 6

Ульяновск, 2024

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы копирайтинга» относится к дисциплинам Модуля «Прикладные дисциплины» части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль) образовательной программы «Журналистика», очной формы обучения.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках дисциплин учебного плана, изучаемых обучающимися в 1-6 семестрах: Введение в специальность, Основы теории журналистики, Информационно-коммуникационные технологии и медиаинформационная грамотность, Журналистика печатных средств массовой информации, Техника и технология средств массовой информации.

Результаты изучения дисциплины являются основой для изучения дисциплин и прохождения практик: Производственная практика (профессионально-творческая), Производственная практика (преддипломная), Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

1. Перечень планируемых результатов обучения (образовательных результатов) по дисциплине

Цель освоения дисциплины «Основы копирайтинга» – является формирование у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке содержания рекламных текстов, сообщений, слоганов, включая их текстовую и иллюстративную составляющие.

В результате освоения программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Основы копирайтинга» (в таблице представлено соотнесение образовательных результатов обучения по дисциплине с индикаторами достижения компетенций):

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты дисциплины (этапы формирования дисциплины)		
	знает	умеет	владеет
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих	ОР-1 основы правового регулирования проектной и исследовательской деятельности; основные этапы проектирования, виды рисков и ограничений в проектной деятельности. ОР-4 нормативноправовые акты, регулирующие	ОР-2 определять круг задач в рамках поставленной цели и формулировать их. ОР-5 проектировать процесс решения каждой задачи проекта, определять совокупность необходимых ресурсов для реализации каждой задачи; оценивать уровень и качество каждого ресурса, обеспечивающего выполнение определенной задачи. ОР-8 выделять в поставленной цели	ОР-3 прием декомпозиции цели. ОР-6 способа ми решения конкретных задач проекта за установленно е время; навыками публичного представлени я результатов решения

<p>ресурсов и ограничений. УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Определяет ресурсное обеспечение для достижения поставленной цели. УК-2.3. Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач. УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач.</p>	<p>проектную и исследовательскую деятельность; особенности проектного мышления; основные этапы проектирования, их последовательность и взаимосвязь. ОР-7 особенности содержания нормативных правовых актов в сфере регулирования проектной и исследовательской деятельности.</p>	<p>основные смысловые и структурные компоненты; выявлять возможности преодоления рисков и ограничений с учетом имеющихся ресурсов и резервов; выбирать оптимальный способ решения каждой задачи проекта с учетом положений действующих нормативных правовых актов и имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>конкретных задач проекта. ОР-9 способами выявления резервов в целях компенсации недостатка имеющихся ресурсов; навыками решения конкретных задач проекта на уровне заявленного качества и установленное время; навыками публичного представления результатов проекта.</p>
<p>ПК-2 Способствует организации процесса создания журналистского текста и (продукта ПК-2.1 Придерживается установленному графику</p>	<p>ОР-10 специфику журналистского текста, его структурно-содержательного своеобразия, общие особенности журналистской деятельности; ОР-13 основные особенности журналистской деятельности, связанные с</p>	<p>ОР-11 готовить журналистские материалы в отведенное редакционным заданием время с использованием вербальной знаковой системы в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах</p>	<p>ОР-12 некоторыми основными навыками получения обработки информации в соответствии с требованиями и жанра; ОР-15 стилистикой</p>

<p>в процессе создания журналистского текста и (или) продукта ПК-2.2 Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающим и обстоятельствами ПК-2.3 Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени</p>	<p>подготовкой публикаций и работой с другими участниками медиапроизводства; ОР-16 имеет системное представление об особенностях журналистской деятельности, технологиях и методах поиска информации; основных принципах формирования бюджета СМИ;</p>	<p>ОР-14 пользоваться современными информационнокоммуникационными технологиями связи, организовывать и проводить интервью, работать в кадре, перед микрофоном; ОР-17 создавать материалы в определённых жанрах и форматах с учётом отведённого бюджета времени;</p>	<p>различных журналистских жанров, общими навыками публицистического анализа общественно-политической, экономической, социокультурной обстановки стране и в мире; ОР-18 методами анализа и навыками получения информации и её обработки, навыками работы со специальной литературой по экономике СМИ.</p>
<p>ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации. ПК-4.1. Информирует аудиторию о</p>	<p>ОР-19 основные типы и функции паблик рилейшнз, рекламы, основные законы в области СМИ и рекламы; типологию социальных сетей; основы коммуникационной деятельности в социальных сетях; ОР-22 специфику взаимодействия служб по связям с общественностью и СМИ; принципы продвижения и рекламирования;</p>	<p>ОР-20 подготовить текст рекламного сообщения и тексты для пресс-бюро и пресс-службы; налаживать и поддерживать эффективные коммуникации редакции в социальных сетях с представителями внешней и внутренней среды; использовать социальные сети в реализации журналистских проектов; ОР-23 подготовить пресс-конференцию с участием</p>	<p>ОР-21 навыками организации и потока информации через СМИ; ОР-24 технологиями вовлечения СМИ в процесс освещения различных мероприятий по продвижению человека, компании и</p>

<p>публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией</p>	<p>формы, виды и особенности коммуникационной деятельности в социальных сетях; ОР-25 системное представление о процессах, характеризующих современный мировой рынок рекламы и его перспективных ресурсах; основные методы изучения общественного мнения;</p>	<p>представителей СМИ; проводить мониторинг электронных и печатных СМИ; оценить эффективность взаимодействия со СМИ; моделировать основные рекламные жанры; ОР-26 организовать и провести развернутую рекламную кампанию с использованием СМИ разного типа;</p>	<p>т.д.; ОР-27 системными навыками в области современных PR технологий для создания контента на различных мультимедийных уровнях; навыками использования возможностей социальных сетей для расширения аудитории СМИ.</p>
<p>ПК-5 Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта ПК-5.1. Соотносит вопросы информационной повестки дня с общечеловеческими ценностями ПК-5.2. Определяет</p>	<p>ОР-28 проявления толерантного отношения и интолерантного отношения к человеку, а также основные характеристики толерантного поведения. некоторые содержательные характеристики социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий, которые существуют в обществе, и некоторые способы, приемы, технологии</p>	<p>ОР-29 эпизодически и непоследовательно осмысливать различия (социальные, этнические, конфессиональные и культурные) и использовать способы, приемы коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место данные различия; проявлять толерантное отношение к людям; ОР-32 последовательно осмысливать различия (социальные, этнические, конфессиональные и культурные) и сознательно</p>	<p>ОР-30 некоторыми навыками применения способов, приемов, технологий коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место различия: социальные, этнические, конфессиональные и культурные, а также проявления толерантного</p>

<p>ценностные приоритеты при отборе освещаемых явлений и событий ПК-5.3. Придерживается общечеловеческих ценностей при создании журналистского текста и (или) продукта</p>	<p>коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место данные различия; ОР-31 основные содержательные характеристики социальных, этнических, профессиональных и культурных различий, которые существуют в обществе, и ведущие способы, приемы, технологии коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место данные различия; разнообразные формы толерантного и интолерантного отношения к человеку и ведущие способы и приемы проявления толерантного отношения к людям; ОР-34 имеет системное представление о всех различиях: социальных, этнических, профессиональных и культурных, о формах интолерантного и толерантного отношения и поведения в обществе, о способах, приемах коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место различия:</p>	<p>использовать способы, приемы коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место данные различия; отличать интолерантное поведение другого человека и проявлять толерантное отношение к людям; ОР-35 в системе и последовательно осмыслить различия (социальные, этнические, профессиональные и культурные) и целесообразно использовать способы, приемы коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место данные различия; постоянно проявлять толерантное отношение к людям;</p>	<p>отношения людям; ОР-33 основными навыкам и толерантного поведения применения способов, приемов коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место различия: социальные, этнические, профессиональные и культурные; ОР-36 навыками толерантного поведения в обществе и коллективе и целесообразного применения способов, приемов коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место различия: социальные, этнические, профессиональные и</p>
--	--	--	--

	социальные, этнические, конфессиональные и культурные;		культурные.
--	---	--	-------------

- 1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Номер семестра	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные занятия, час	Самостоят. работа, час	
	Трудоемк.						
	Зач. ед.	Часы					
7	4	144	24	40	-	53	экзамен
Итого:	4	144	24	40	-	53	27

- 2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

3.1. Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование разделов и тем	Количество часов по формам организации обучения			
	Лекц. занятия	Лаб. занятия	Практ. занятия	Самост. работа
7 семестр				
Тема 1. Копирайтинг как учебная дисциплина.	4	4		6
Тема 2. Особенности личности копирайтера.	2	6		6
Тема 3. Креативность как творческий процесс.	4	4		6
Тема 4. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта.	2	6		6
Тема 5. Структура рекламного текста.	4	4		6
Тема 6. Создание слоганов и нейминг в деятельности копирайтера	2	6		8
Тема 7. Работа копирайтера с брифом.	4	4		6
Тема 8. Рекламные форматы в деятельности копирайтера.	2	6		9
ИТОГО:	24	40		53

3.2. Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины

Тема 1. Копирайтинг как учебная дисциплина.

Роль и место копирайтинга в рекламных коммуникациях. Междисциплинарный характер копирайтинга. Взаимодействие копирайтеров и арт-директоров в рамках креативного отдела рекламного агентства.

Мировой и отечественный опыт копирайтинга. Тенденции развития профессии.

Тема 2. Особенности личности копирайтера.

Знания, навыки, умения в структуре личности копирайтера. Основные профессиональные требования к копирайтеру.

Профессиональные качества специалиста-копирайтера.

Понятие «креативной личности». Креативная личность = информация + впечатления + контакты + работоспособность + профессионализм.

Тема 3. Креативность как творческий процесс.

Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре). Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I»

Сущность рекламного творчества.

Цели и задачи креативной деятельности. Критерии креативности. Барьеры креативности.

Тема 4. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта.

Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей.

Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозговой атаки» А. Осборна и др.

Тема 5. Структура рекламного текста.

Понятие «рекламный текст». Основные элементы рекламного текста. Логотип и слоган. Заголовок. Основной рекламный текст (ОРТ). Заключительная фраза (кода).

Виды заголовков (информативные, побудительные, вопросительные). Структура ОРТ. Аргументация и иллюстрация в ОРТ. Принцип строения коды и эхо-фраза. Взаимосвязь вербальных и визуальных элементов рекламного текста. Классификация рекламных текстов.

Тема 6. Создание слоганов и нейминг в деятельности копирайтера.

Сущность понятия «нейминг». Направления нейминга и типология названий. Основные этапы разработки названия для компании, товара, услуги. Методы разработки.

Рекламный слоган: суть и типология. Афористичность и философичность как важные признаки «хорошего» слогана. Художественные приемы создания слоганов.

Тема 7. Работа копирайтера с брифом.

Структура брифа. Понятие целевой аудитории. Роль ее изучения в деятельности копирайтера. Цели и задачи. Понятие инсайта. Основное рекламное сообщение. Рекламная идея и художественный образ.

Разработка креативной концепции на основе брифа. Креативная концепция: визуальное и вербальное воплощение.

Тема 8. Рекламные форматы в деятельности копирайтера.

Понятие «рекламный формат» и его роль в копирайтинге.

Основные форматы рекламы в прессе и их характеристика. Основные форматы печатной рекламы и их характеристика. Основные форматы рекламы на телевидении и их характеристика. Основные форматы рекламы на радио и их характеристика. Особенности рекламных форматов в Интернете.

3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов является особой формой организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательную, организационно и методически направляемую деятельность студентов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. Самостоятельная работа студентов является составной частью учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, а также выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям и экзамену. Она предусматривает, как правило, разработку рефератов, написание докладов, выполнение творческих, индивидуальных заданий в соответствии с учебной программой (тематическим планом изучения дисциплины). Тема для такого выступления может быть предложена преподавателем или избрана самим студентом, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Реферативный материал служит дополнительной информацией для работы на практических занятиях. Основная цель данного вида работы состоит в обучении студентов методам самостоятельной работы с учебным материалом. Для полноты усвоения тем, вынесенных в практические занятия, требуется работа с первоисточниками. Курс предусматривает самостоятельную работу студентов со специальной литературой. Следует отметить, что самостоятельная работа студентов результативна лишь тогда, когда она выполняется систематически, планомерно и целенаправленно.

Задания для самостоятельной работы предусматривают использование необходимых терминов и понятий по проблематике курса. Они нацеливают на практическую работу по применению изучаемого материала, поиск библиографического материала и электронных источников информации, иллюстративных материалов. Задания по самостоятельной работе даются по темам, которые требуют дополнительной проработки.

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме разработки и презентации модели газеты для студентов, анализа вёрстки газет различных типов.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- изучение лекционных материалов;
- составление опорных конспектов;
- подготовка к защите презентации;
- подбор и характеристика газет различных типов;
- написание и редактирование статьи.

Методика организации учебных занятий включает в себя игровое моделирование, дискуссии, выездные тематические занятия, использование разнообразных креативных техник и технологий, формирующие базовые творческие умения и навыки. В рамках учебного курса предусмотрены мастер-классы, guest speaker, участие в отраслевых творческих событиях.

Примерный перечень тем для творческого задания.

1. Альберт Ласкер (Albert Lasker, 1880-1952)
2. Брюс Бартон (Bruce Barton, 1886-1967)
3. Гэри Хэлберт (Gary Halbert, 1938-2007)
4. Алекс Осборн (Alex Osborn, 1888 – 1966)
5. Джозеф Шугерман (Joseph Sugarman)
6. Джеймс Янг (James Webb Young, 1886-1973)
7. Джон Кейплз (John Caples, 1900-1990)
8. Джон Пауэрс (John Powers, 1837-1919)
9. Джорж Гриббин (George Gribbin, 1907–1991)
10. Дэвид Огилви (David Ogilvy, 1911-1999)
11. Клод Хопкинс (Claude C. Hopkins, 1866-1932)
12. Лео Барнетт (Leo Burnett, 1891-1971)
13. Раймонд Рубикам (Raymond Rubicam, 1892 -1978)
14. Россер Ривз (Rosser Reeves, 1910-1984)
15. Уильям Бернбах (William Bernbach) (1911-1982)
16. Юджин Шварц (Eugene Schwartz, 1927-1995)
17. Гари Бенсивенг (Gary Bensiveng)

Для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине рекомендуется использовать учебно-методические материалы:

1. Артамонов В.Н. Организация самостоятельной работы студентов: учебнометодические рекомендации / В.Н. Артамонов, С.В. Зуева, Е.С. Сафронова, С.М. Шаврыгин. – Ульяновск: УлГПУ, 2018. – 31 с.

5. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

4. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Организация и проведение аттестации студента

ФГОС ВО ориентированы преимущественно не на сообщение обучающемуся комплекса теоретических знаний, но на выработку у бакалавра компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки бакалавров необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

Цель проведения аттестации – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

Оценочными средствами текущего оценивания являются: реферат, ответы на проблемные вопросы, творческая работа.

Контроль усвоения материала ведется регулярно в течение всего семестра на практических (семинарских, лабораторных) занятиях.

№ п/п	СРЕДСТВА ОЦЕНИВАНИЯ, используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Образовательные результаты дисциплины
	<p align="center">Оценочные средства для текущей аттестации</p> <p>ОС-1 Творческое задание</p>	<p>ОР-1 основы правового регулирования проектной и исследовательской деятельности; основные этапы проектирования, виды рисков и ограничений в проектной деятельности.</p>
	<p align="center">Оценочные средства для промежуточной аттестации зачет (экзамен)</p> <p>ОС-2 Экзамен в форме устного собеседования</p>	<p>ОР-4 нормативно-правовые акты, регулирующие проектную и исследовательскую деятельность; особенности проектного мышления; основные этапы проектирования, их последовательность и взаимосвязь.</p> <p>ОР-7 особенности содержания нормативных правовых актов в сфере регулирования проектной и исследовательской деятельности.</p> <p>ОР-2 определять круг задач в рамках поставленной цели и формулировать их.</p> <p>ОР-5 проектировать процесс решения каждой задачи проекта, определять совокупность необходимых ресурсов для реализации каждой задачи; оценивать уровень и качество каждого ресурса, обеспечивающего выполнение определенной задачи.</p> <p>ОР-8 выделять в поставленной цели основные смысловые и структурные компоненты; выявлять возможности преодоления рисков и ограничений с учетом имеющихся ресурсов и резервов; выбирать оптимальный способ решения каждой задачи проекта с учетом положений действующих нормативных правовых актов и имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>ОР-3 приемами декомпозиции цели.</p> <p>ОР-6 способами решения конкретных задач проекта за установленное время; навыками публичного представления</p>

		<p>результатов решения конкретных задач проекта.</p> <p>ОР-9 способами выявления резервов в целях компенсации недостатка имеющихся ресурсов; навыками решения конкретных задач проекта на уровне заявленного качества и за установленное время; навыками публичного представления результатов проекта.</p> <p>ОР-10 специфику журналистского текста, его структурно-содержательного своеобразия, общие особенности журналистской деятельности;</p> <p>ОР-13 основные особенности журналистской деятельности, связанные с подготовкой публикаций и работой с другими участниками медиапроизводства;</p> <p>ОР-16 имеет системное представление об особенностях журналистской деятельности, технологиях и методах поиска информации; основных принципах формирования бюджета СМИ;</p> <p>ОР-11 готовить журналистские материалы в отведённое редакционным заданием время с использованием вербальной знаковой системы в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах</p> <p>ОР-14 пользоваться современными информационнокоммуникационными технологиями связи, организовывать и проводить интервью, работать в кадре, перед микрофоном;</p> <p>ОР-17 создавать материалы в определённых жанрах и форматах с учётом отведённого бюджета времени;</p>
--	--	---

		<p>ОР-12 некоторыми основными навыками получения и обработки информации в соответствии с требованиями жанра;</p> <p>ОР-15 стилистикой различных журналистских жанров, общими навыками публицистического анализа общественно-политической, экономической, социокультурной обстановки в стране и в мире;</p> <p>ОР-18 методами анализа и навыками получения информации и её обработки, навыками работы со специальной литературой по экономике СМИ.</p> <p>ОР-19 основные типы и функции публичных релейшнз, рекламы, основные законы в области СМИ и рекламы; типологию социальных сетей; основы коммуникационной деятельности в социальных сетях;</p> <p>ОР-22 специфику взаимодействия служб по связям с общественностью и СМИ; принципы продвижения и рекламирования; формы, виды и особенности коммуникационной деятельности в социальных сетях;</p> <p>ОР-25 системное представление о процессах, характеризующих современный мировой рынок рекламы и его перспективных ресурсах; основные методы изучения общественного мнения;</p> <p>ОР-20 подготовить текст рекламного сообщения и тексты для пресс-бюро и пресс-службы; налаживать и поддерживать эффективные коммуникации редакции в социальных сетях с представителями внешней и внутренней среды; использовать</p>
--	--	---

		<p>социальные сети в реализации журналистских проектов;</p> <p>ОР-23 подготовить пресс-конференцию с участием представителей СМИ; проводить мониторинг электронных и печатных СМИ; оценить эффективность взаимодействия со СМИ; моделировать основные рекламные жанры;</p> <p>ОР-26 организовать и провести развернутую рекламную кампанию с использованием СМИ разного типа;</p> <p>ОР-21 навыками организации потока информации через СМИ;</p> <p>ОР-24 технологиями вовлечения СМИ в процесс освещения различных мероприятий по продвижению человека, компании и т.д.;</p> <p>ОР-27 системными навыками в области современных PR-технологий для создания контента на различных мультимедийных уровнях; навыками использования возможностей социальных сетей для расширения аудитории СМИ.</p> <p>ОР-28 проявления толерантного отношения и интолерантного отношения к человеку, а также основные характеристики толерантного поведения .некоторые содержательные характеристики социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий, которые существуют в обществе, и некоторые способы, приемы, технологии коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место данные различия;</p> <p>ОР-31 основные содержательные характеристики социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий, которые</p>
--	--	---

		<p>существуют в обществе, и ведущие способы, приемы, технологии коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место данные различия; разнообразные формы толерантного и интолерантного отношения к человеку и ведущие способы и приемы проявления толерантного отношения к людям;</p> <p>ОР-34 имеет системное представление о всех различиях: социальных, этнических, конфессиональных и культурных, о формах интолерантного и толерантного отношения и поведения в обществе, о способах, приемах коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место различия: социальные, этнические, конфессиональные и культурные;</p> <p>ОР-29 эпизодически и непоследовательно осмысливать различия (социальные, этнические, конфессиональные и культурные) и использовать способы, приемы коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место данные различия; проявлять толерантное отношение к людям;</p> <p>ОР-32 последовательно осмысливать различия (социальные, этнические, конфессиональные и культурные) и сознательно использовать способы, приемы коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место данные различия; отличать интолерантное поведение другого человека и проявлять толерантное отношение к людям;</p> <p>ОР-35 в системе и последовательно осмыслить различия (социальные, этнические, конфессиональные и культурные) и целесообразно использовать способы, приемы коммуникации и взаимодействия в</p>
--	--	---

		<p>коллективе, где имеют место данные различия; постоянно проявлять толерантное отношение к людям;</p> <p>ОР-30</p> <p>некоторыми навыками применения способов, приемов, технологий коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место различия: социальные, этнические, конфессиональные и культурные, а также проявления толерантного отношения к людям;</p> <p>ОР-33</p> <p>основными навыками толерантного поведения и применения способов, приемов коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место различия: социальные, этнические, конфессиональные и культурные;</p> <p>ОР-36</p> <p>навыками толерантного поведения в обществе и коллективе и целесообразного применения способов, приемов коммуникации и взаимодействия в коллективе, где имеют место различия: социальные, этнические, конфессиональные и культурные.</p>
--	--	--

Описание оценочных средств и необходимого оборудования (демонстрационного материала), а также процедуры и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы представлены в Фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Основы журналистской деятельности».

Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.5 программы.

Материалы, используемые для промежуточного контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

ОС-2 Экзамен в форме устного собеседования Примерные вопросы к экзамену

1. Роль и место копирайтинга в рекламных коммуникациях. Междисциплинарный характер копирайтинга. Взаимодействие копирайтеров и артдиректоров в рамках креативного отдела рекламного агентства.
2. Мировой и отечественный опыт копирайтинга. Тенденции развития профессии.
3. Знания, навыки, умения в структуре личности копирайтера. Основные профессиональные требования к копирайтеру.
4. Профессиональные качества специалиста-копирайтера.
5. Понятие «креативной личности». Креативная личность = информация + впечатления + контакты + работоспособность + профессионализм.
6. Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре). Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I»
7. Сущность рекламного творчества.
8. Цели и задачи креативной деятельности. Критерии креативности. Барьеры креативности.
9. Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей.
10. Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозговой атаки» А. Осборна и др.
11. Понятие «рекламный текст». Основные элементы рекламного текста. Логотип и слоган. Заголовок. Основной рекламный текст (ОРТ). Заключительная фраза (кода).
12. Виды заголовков (информативные, побудительные, вопросительные). Структура ОРТ. Аргументация и иллюстрация в ОРТ. Принцип строения коды и эхофраза. Взаимосвязь вербальных и визуальных элементов рекламного текста. Классификация рекламных текстов.
13. Сущность понятия «нейминг». Направления нейминга и типология названий. Основные этапы разработки названия для компании, товара, услуги. Методы разработки.
14. Рекламный слоган: суть и типология. Афористичность и философичность как важные признаки «хорошего» слогана. Художественные приемы создания слоганов.
15. Структура брифа. Понятие целевой аудитории. Роль ее изучения в деятельности копирайтера Цели и задачи. Понятие инсайта. Основное рекламное сообщение. Рекламная идея и художественный образ.
16. Разработка креативной концепции на основе брифа. Креативная концепция: визуальное и вербальное воплощение.
17. Понятие «рекламный формат» и его роль в копирайтинге.
18. Основные форматы рекламы в прессе и их характеристика. Основные форматы печатной рекламы и их характеристика. Основные форматы рекламы на телевидении и их характеристика. Основные форматы рекламы на радио и их характеристика. Особенности рекламных форматов в Интернете.

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра.

Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине

Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Экзамен
7 семестр	Разбалловка по видам работ	12 x 1=12 баллов	20 x 1=20 баллов	272 баллов	96 баллов
	Суммарный макс. балл	12 баллов max	32 балла max	300 баллов max	400 баллов max

Критерии оценивания работы обучающегося по итогам 7 семестра

Оценка	Баллы (4 ЗЕ)
«отлично»	361-400
«хорошо»	281-360
«удовлетворительно»	201-280
«неудовлетворительно»	200 и менее

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

Подготовка к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале практического занятия преподаватель знакомит студентов с темой, оглашает план проведения занятия, выдает задания. В течение отведенного времени на выполнение работы студент может обратиться к преподавателю за консультацией или разъяснениями. В конце занятия проводится прием выполненных заданий, собеседование со студентом.

Результаты выполнения практических заданий оцениваются в баллах, в соответствии с балльно-рейтинговой системой университета.

Планы практических занятий (7 семестр)

Практические занятия 1-2.

Тема 1. Копирайтинг как учебная дисциплина.

Роль и место копирайтинга в рекламных коммуникациях. Междисциплинарный характер копирайтинга. Взаимодействие копирайтеров и арт-директоров в рамках креативного отдела рекламного агентства. Мировой и отечественный опыт копирайтинга. Тенденции развития профессии.

Практические занятия 3-5.

Тема 2. Особенности личности копирайтера.

Знания, навыки, умения в структуре личности копирайтера. Основные профессиональные требования к копирайтеру.

Профессиональные качества специалиста-копирайтера.

Понятие «креативной личности». Креативная личность = информация + впечатления + контакты + работоспособность + профессионализм.

Практические занятия 6-7

Тема 3. Креативность как творческий процесс.

Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре). Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I»

Сущность рекламного творчества.

Цели и задачи креативной деятельности. Критерии креативности. Барьеры креативности.

Практические занятия 8-10

Тема 4. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта.

Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей.

Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозговой атаки» А. Осборна и др.

Практические занятия 11-12.

Тема 5. Структура рекламного текста.

Понятие «рекламный текст». Основные элементы рекламного текста. Логотип и слоган. Заголовок. Основной рекламный текст (ОРТ). Заключительная фраза (кода). Виды заголовков (информативные, побудительные, вопросительные). Структура ОРТ. Аргументация и иллюстрация в ОРТ. Принцип строения коды и эхо-фраза. Взаимосвязь вербальных и визуальных элементов рекламного текста. Классификация рекламных текстов.

Практические занятия 13-15.

Тема 6. Создание слоганов и нейминг в деятельности копирайтера.

Сущность понятия «нейминг». Направления нейминга и типология названий. Основные этапы разработки названия для компании, товара, услуги. Методы разработки.

Рекламный слоган: суть и типология. Афористичность и философичность как важные признаки «хорошего» слогана. Художественные приемы создания слоганов.

Практические занятия 16-17.

Тема 7. Работа копирайтера с брифом.

Структура брифа. Понятие целевой аудитории. Роль ее изучения в деятельности копирайтера Цели и задачи. Понятие инсайта. Основное рекламное сообщение. Рекламная идея и художественный образ.

Разработка креативной концепции на основе брифа. Креативная концепция: визуальное и вербальное воплощение.

Практические занятия 18-20.

Тема 8. Рекламные форматы в деятельности копирайтера.

Понятие «рекламный формат» и его роль в копирайтинге. Основные форматы рекламы в прессе и их характеристика. Основные форматы печатной рекламы и их характеристика. Основные форматы рекламы на телевидении и их характеристика. Основные форматы рекламы на радио и их характеристика. Особенности рекламных форматов в Интернете.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	
1.	Коханова, Л. А. Основы теории журналистики : учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 536 с. : ил., табл. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684691
2.	Корконосенко, С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение : учебное пособие / С. Г. Корконосенко. – Москва : Логос, 2010. – 247 с. – (Новая университетская библиотека). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84983
3.	Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности : журналистика, реклама и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701349
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА	
4.	Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации : общество – СМИ – власть : учебник / А. Г. Киселёв. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 431 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691915
5.	Чемякин, Ю. В. Основы теории и истории журналистики : учебное пособие : [16+] / Ю. В. Чемякин ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – 2-е изд., стер. – Москва : Флинта : Уральский федеральный университет (УрФУ), 2018. – 113 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482107

Интернет-ресурсы


Наименование курса	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность

Основы журналисткой деятельности	http://evartist.narod.ru/text10/01.htm	Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. М., 2004.	Свободный доступ
	http://evartist.narod.ru/text/71.htm	Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб., 2001.	Свободный доступ
	http://evartist.narod.ru/text5/58.htm	Корконосенко С.Г. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000.	Свободный доступ
	http://www.studfiles.ru/preview/2366510/	Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000.	Свободный доступ
	http://evartist.narod.ru/text8/26.htm	Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. М., 2004.	Свободный доступ

Лист согласования рабочей программы
учебной дисциплины (практики)

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.14 Основы копирайтинга
Составитель: В.Н. Артамонов – Ульяновск: УлГПУ, 2024.

Программа составлена с учетом федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование, утвержденного Министерством образования и науки Российской Федерации, и в соответствии с учебным планом.

Составители  В.Н. Артамонов

Рабочая программа учебной дисциплины (практики) одобрена на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики "10" мая 2024 г., протокол № 9

Заведующий кафедрой

 Артамонов В.Н. 10.05.2024
личная подпись расшифровка подписи дата


Рабочая программа учебной дисциплины (практики) согласована с библиотекой

Сотрудник библиотеки

 Марсакова Ю.Б. 14.05.2024
личная подпись расшифровка подписи дата

Программа рассмотрена и одобрена на заседании ученого совета историко-филологического факультета "14" мая 2024 г., протокол № 6

Председатель ученого совета историко-филологического факультета

 Кобзева Т.А. 14.05.2024
личная подпись расшифровка подписи дата