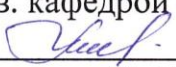


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудинова Анна Васильевна
Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Дата подписания: 02.07.2021 13:16:45
Уникальный программный идентификатор:
1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы
 А.В.Кудинова
Протокол № 15 от 16 июня 2017 г.

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.ОД.10 Копирайтинг

Направление подготовки – 50.03.01 Искусство и гуманитарные науки

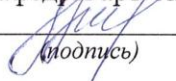
Профиль подготовки – Реклама и визуальные коммуникации

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Составитель:

Доктор философских наук, профессор
кафедры арт-бизнеса и рекламы

 Морозов Сергей Александрович
(подпись) (Ф.И.О.)

Краснодар
2017

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: изучение обучающимися методологии и методики создания рекламных текстов разных форм и жанров; формирование базовых навыков создания авторских тестов

Задачи:

1. Формирование у обучающихся представлений о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;
2. Изучение многообразия существующих жанров текстов, используемых в сфере рекламы;
3. Ознакомление обучающихся с основными категориями, понятиями, терминами, которые используют профессиональные копирайтеры;
4. Формирование у обучающихся знаний о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;
5. Формирование навыков составления рекламных или текстов различных жанров в соответствии с заявленной коммуникативной стратегией;
6. Овладение обучающимися методикой анализа рекламных сообщений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Копирайтинг» опирается на знания в объеме дисциплин «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации», «История рекламы», «Технологии визуальных коммуникаций», «Интегрированные коммуникации», «Основы научно-исследовательской работы». Знания и компетенции, приобретенные в процессе ее освоения является основанием для следующих дисциплин: «Коммуникативистика и медиапланирование», «Теория и практика связей с общественностью», «Менеджмент рекламы и визуальных коммуникаций» и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

а) общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-1);
- способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);
- способность к осмыслению текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы и пониманию различий между ними, обусловленных этой природой (ОПК-3).

б) профессиональных компетенций (ПК):

- способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7);
- способность разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях,

в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- базовые понятия копирайтинга;
- приёмы речевого воздействия в рекламе;
- выразительные средства языка на разных уровнях;
- стилистические приемы, используемые при создании текстов;
- жанры рекламных и PR-текстов;
- специфику копирайтинга в различных коммуникативных средах;
- основные критерии коммуникативной эффективности;

Уметь:

- выделять и классифицировать основные вербальные компоненты рекламного продукта;
- выделять основную и дополнительную маркетинговую информацию в тексте;
- использовать средства речевой выразительности языка при создании рекламных текстов;
- использовать приёмы речевого воздействия в рекламе;
- создавать рекламные тексты различных жанров;
- определять коммуникативную эффективность;

Владеть:

- навыками и умениями ведения диалога в сфере профессиональной коммуникации;
- навыками создания разнообразных рекламных текстов;
- приёмами речевого воздействия;
- навыками литературного редактирования создаваемых текстов.

Приобрести опыт деятельности: в подготовке и написании рекламных текстов различных жанров.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов). Дисциплина реализуется в 5-6 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачет в 5 семестре, экзамен - в 6 семестре.