

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.10

Коммерческий копирайтинг и спичрайтинг

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ИБК РиСО ОО №1-1-129.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоё мкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации |
|---------------------------|-----|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| | | Лекции | Практ. занятия | | | | |
| 7 | УП | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | 3 | Зачет |
| | РПД | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | 3 | |
| Итого | УП | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | 3 | |
| | РПД | 17 | 34 | 56,75 | 0,25 | 3 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Старший преподаватель _____ Ефимова Оксана

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой _____ Владимировна
Степанов Михаил
Александрович

От кафедры составителя:
Заведующий кафедрой рекламы и связей с _____ Степанов Михаил
общественностью Александрович

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой _____ Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Знакомство с теорией и практикой написания коммерческих текстов, а также изучение процесса создания подкаста.

1.2 Задачи дисциплины:

1. Изучение основных понятий и терминов, входящих в понятийное поле данной дисциплины
2. Анализ и систематизация исследовательских и методологических подходов, направленных на эффективное написание коммерческого текста
3. Определение предметно-объектного содержания дисциплины
4. Отработка процесса создания подкаста с нуля

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Информационно-коммуникационные технологии
- Деловые коммуникации в профессиональной деятельности
- Введение в коммуникационные специальности
- Теория и практика связей с общественностью
- Основы брендинга
- Фирменный стиль и основы дизайна
- Организация и проведение специальных мероприятий
- Корпоративные коммуникации
- Медиапланирование

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен организовать работы по созданию и редактированию контента в сфере дизайна и моды

Знать: специфику создания и редактирования текстов для профессиональной сферы;

Уметь: анализировать текстуальные сообщения; осуществлять аналитическую деятельность по разработке текстуального контента;

Владеть: навыками анализа, создания и редактирования текстовых сообщений в профессиональной сфере.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | | СР (часы) | Инновац. формы занятий | Форма текущего контроля |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | | | |
| Раздел 1. Коммерческий копирайтинг как инструмент продвижения | 7 | | | | | О,Пр |
| Тема 1. Введение в копирайтинг. Основные задачи и функции копирайтинга. Практическое занятие 1. Процесс создания рекламного текста. Практическое занятие 2. Креативные методы при подготовке текста. | | 2 | 4 | 6 | ИЛ | |
| Тема 2. Медiateкст как конечный результат работы копирайтера. Практическое занятие 1. Написание текстов разных жанров для СМИ в сфере моды. Практическое занятие 2. Интернет-копирайтинг: особенности написания текстов для сайтов и для социальных медиа. | | 2 | 4 | 6 | ИЛ | |
| Тема 3. Слоганы и нейминг как особые направления работы копирайтера. Практическое занятие. Отечественные неймы. | | 1 | 2 | 5 | ИЛ | |
| Раздел 2. Коммерческий спичрайтинг | | | | | | Пр |
| Тема 4. Подкастинг как вариант «радио» в онлайн-среде. Практическое занятие 1. Индустрия подкастов. История подкастинга в России и в мире. Практическое занятие 2. Публичные выступления в работе PR-специалиста. Практическое занятие 3. Известные подкасты в России: тематика, сценарии, особенности ведения беседы. Практическое занятие 4. Описание, джингл, обложка – концепция подкаста. | | 4 | 8 | 19,75 | АС | |
| Тема 5. Сценарии и методы разработки подкаста. Контент подкаста. Практическое занятие 1. Контент для запуска подкаста. Специфика подачи новостей. Работа над дикцией. Практическое занятие 2. Разные виды записи подкаста: живая, удаленная, интервью. Практическое занятие 3. Основные навыки спичрайтинга. Практическое занятие 4. Особенности подкастов в сфере дизайна и моды в России и в мире. | 4 | 8 | 10 | АС | | |

| | | | | | | |
|---|--|-------|----|-------|----|--|
| Тема 6. Технические особенности записи подкаста. Продвижение подкаста на рынке. Подкастный хостинг. Монетизация подкаста: краудфандинг, партнерские интеграции, работа с блогерами, СМИ, привлечение собственной аудитории. Практическое занятие 1. Обзор программ для записи подкастов. Запись и монтаж выпуска. Практическое занятие 2. Спичрайтинг как технология брендинга и спичрайтеры: особенности инфраструктуры (биографический метод, метод системного анализа). Практическое занятие 3. Продвижения подкаста. Практическое занятие 4. Бизнес-план будущего подкаста в сфере дизайна и моды | | 4 | 8 | 10 | АС | |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | | 17 | 34 | 56,75 | | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет) | | 0,25 | | | | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | | 51,25 | | 56,75 | | |

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения | Наименование оценочного средства |
|-----------------|--|---|
| ПК-2 | описывает специфику организации работ по созданию и редактированию профессиональных текстов; характеризует сообщения компании, анализирует текстуальный контент; предлагает собственные решения по редактированию контента; анализирует и корректно редактирует текстовые сообщения. | Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания |

5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|------------------|---|-------------------|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| Зачтено | Обучающийся ответил на один из вопросов для устного собеседования, показав знание материала в полном объеме; последовательно и продуманно изложив его с использованием терминологии учебного предмета, применяя конкретные примеры. Показал умение делать обобщение, сравнение, выводы. Содержание материала изложено самостоятельно, без наводящих или уточняющих вопросов. В целом полностью выполнил предложенное практическое задание, допускается несколько (3-4 несущественные ошибки или неточности) | |
| Не зачтено | Обучающийся не способен к связному ответу на полученный вопрос, | |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>демонстрирует незнание или непонимание базовых понятий материала.</p> <p>Обучающийся не смог ответить на один из поставленных теоретических вопросов по всему курсу, показав отсутствие знаний по изучаемой дисциплине.</p> <p>Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые.</p> | |
|--|---|--|

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|-----------|---|
| Семестр 7 | |
| 1 | Коммерческий копирайтинг. Рекламный текст. Виды рекламных текстов. |
| 2 | Медиатекст. Структура, виды, особенности. |
| 3 | Интернет-копирайтинг. Виды. Продающий текст. Рекламные объявления в социальных сетях. |
| 4 | Слоганы. Классификация слоганов. Маркетинговые понятия слоганов. |
| 5 | Алгоритм разработки слогана. Эффективность слогана. |
| 6 | Подкастинг. Определение, описание, структура, история. |
| 7 | Выбор контента для подкаста. Сценарии, виды, особенности. |
| 8 | Технические особенности подкастинга. Программы для монтажа, подкастный хостинг. |
| 9 | Спичрайтинг. Техники. Работа с дикцией. Виды интервью. |
| 10 | Сторителлинг как инновационный PR-инструмент. |
| 11 | Продвижение подкастов. Монетизация. |
| 12 | Научно-методическая база дисциплины. Авторы. Научные школы. Рекомендации практиков |
| 13 | Нейминг. Способы образования неймов. |

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейсы (объект на выбор преподавателя)

- Анализ коммерческих текстов компании (на примере трех компаний сферы модного ритейла).
- Анализ коммерческих текстов компании (на примере трех компаний сферы досуга).
- Анализ коммерческих текстов компании (на примере трех компаний банковской сферы).
- Анализ коммерческих текстов компании (на примере трех компаний социо-культурной сферы).
- Анализ текстов социальных сетей (сегмент рынка или сфера деятельности компаний - на выбор)
- Анализ эффективности PR-текста (сегмент рынка или сфера деятельности компаний - на выбор).
- Спичрайтинг (на примере государственных учреждений).
- Спичрайтинг (на примере некоммерческих организаций).
- Анализ подкастов (сегмент рынка или сфера деятельности компаний - на выбор).

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Балльно-рейтинговая система оценивания: менее 80 баллов - незачет.

10 баллов - посещение лекционных занятий (пропуск по уважительной причине - не более двух лекций)

10 баллов - участие в индивидуальном и групповом опросе (темы 1.2, 1.3)

20 баллов - за каждую презентацию по темам 2.1, 2.2, 2.3. Всего 60 баллов.

Не набравшие по результатам балльно-рейтинговой системы 80 баллов сдают зачет по вопросам:

Менее 50 баллов - 2 вопроса

Более 50 баллов - 1 вопрос

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|--|--|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Кашаева, Е. Ю., Павлова, Л. Г. | Теория и практика спичрайтинга | Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета | 2019 | http://www.iprbookshop.ru/100205.html |
| Климович, Н. Г. | Контент: топовые техники SEO-продвижения | Москва, Вологда: Инфра-Инженерия | 2021 | http://www.iprbookshop.ru/114923.html |
| Кочнева С. В. | Технологии спичрайтинга | СПб.: СПбГУПТД | 2018 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018108 |
| Богуславская, В. В., Ерофеева, И. В., Тепляшина, А. Н., Толстокулакова, Ю. В., Ерофеевой, И. В. | Моделирование медиатекста | Саратов: Ай Пи Ар Медиа | 2020 | http://www.iprbookshop.ru/88597.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Кознова Н. Н., ответств. | Современные СМИ в контексте информационных технологий | Санкт-Петербург: СПбГУПТД | 2023 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239478 |
| Шамина, И. С., Ушакова, А. С., Ткаченко, Е. А., Даракчан, Е. А., Бодрова, А. П., Рублева, Д. М., Разгулова, С. А., Литвинова, Е. А. | SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска | Москва: Инфра-Инженерия | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/78250.html |
| Селезнева Л.В. | Подготовка рекламного и PR-текста | Москва: Российский государственный социальный университет | 2020 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=350734 |
| Кузьмина Н.А., отв. ред. | Современный медиатекст. Учебное пособие | Москва: Флинта | 2019 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=340831 |
| Ефимова О. В. | Редактирование рекламной и PR-деятельности | Санкт-Петербург: СПбГУПТД | 2023 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202348 |

| | | | | |
|----------------|--|----------------|------|---|
| Асташова О. В. | Основы копирайтинга. Практические занятия и самостоятельная работа | СПб.: СПбГУПТД | 2019 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20199299 |
|----------------|--|----------------|------|---|

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна. Издательская деятельность - [Электронный ресурс]. URL: <http://sutd.ru/publishing/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: www.reklamaster.com

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>

Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>

Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>

Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Ассоциация коммуникационных агентств России - [Электронный ресурс]. URL: <http://www.akarussia.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория | Оснащение |
|----------------------|---|
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |