

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.10

Коммерческий копирайтинг и спичрайтинг

Учебный план: 2026-2027 42.03.01 ИБК РиСО ЗАО №1-3-129.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: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4		32		1	
	РПД	4		32		1	
5	УП	4	8	56	4	2	Зачет
	РПД	4	8	56	4	2	
Итого	УП	8	8	88	4	3	
	РПД	8	8	88	4	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, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Старший преподаватель

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Ефимова Оксана Владимировна

Степанов Михаил Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

Степанов Михаил 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:

- История и теория модной индустрии
- Введение в историю дизайна и искусств
- Основы визуальной культуры
- Правовая защита бренда в дизайне и моде
- Этика профессиональной сферы
- Организация и проведение специальных мероприятий

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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Коммерческий копирайтинг как инструмент продвижения	4				
Тема 1. Введение в копирайтинг. Основные задачи и функции копирайтинга.		1		12	ИЛ
Тема 2. Медiateкст как конечный результат работы копирайтера.		2		12	ИЛ
Тема 3. Слоганы и нейминг как особые направления работы копирайтера.		1		8	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Коммерческий спичрайтинг	5				
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.			2	18	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	2	20	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	18	АС
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	8	56	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		16,25		88	

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 редактирования 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 не существенные ошибки или неточности).	
Не зачтено	Обучающийся не способен к связному ответу на полученный вопрос,	

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

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
Курс 5	
1	Коммерческий копирайтинг. Рекламный текст. Виды рекламных текстов.
2	Медиа-текст. 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				
Кознова Н.Н.	Современный российский медиадискурс	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20249542
Молдавская, О. Е.	Основы копирайтинга и рерайтинга	Москва: Издательский Дом МИСиС	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/129511.html
Корочкова С. А.	Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239459
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Ефимова О.В.	Коммуникационные кампании в дизайне и моде	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2024209

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