

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.01 <i>(индекс дисциплины)</i>	Копирайтинг <i>(Наименование дисциплины)</i>
Кафедра: 33 <i>Код</i>	Дизайна и медиатехнологий <i>(Наименование кафедры)</i>
Направление подготовки: 54.03.01	Дизайн
Профиль подготовки: Промышленный дизайн	
Уровень образования: бакалавриат	

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	144		
	Аудиторные занятия	60		
	Лекции	15		
	Лабораторные занятия	0		
	Практические занятия	45		
	Самостоятельная работа	48		
	Промежуточная аттестация	36		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	7		
	Зачет			
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		4		

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Очная							4			
Очно-заочная										
Заочная										

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным
государственным образовательным стандартом высшего образования
по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн

На основании учебных планов № б540301-3_20

Кафедра-разработчик: Дизайна и медиатехнологий

Заведующий кафедрой: Ильина О.В.

СОГЛАСОВАНИЕ:

Выпускающая кафедра: Дизайна и медиатехнологий

Заведующий кафедрой: Ильина О.В.

Методический отдел: Смирнова В.Г.

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

ознакомление с жанровыми модификациями рекламных тестов, их генезисом и системой взаимосвязи

1.3. Задачи дисциплины

является

1. ознакомление с сущностью копирайтинга, его местом и ролью в системе рекламного бизнеса; определение основных категорий, понятий, терминов, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;

2. ознакомление студентов с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления;

3. сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;

4. познакомить с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела;

5. научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;

6. сформировать навыки критического анализа рекламных компаний, проходящих в регионе и научить особо выделять в них работу копирайтеров, ее сильные и слабые стороны сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ОК- 2	-способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	3
Планируемые результаты обучения Знать: 1) Основные этапы и закономерности исторического развития бумаги и бумажного производства Уметь: 1) Анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции Владеть: 1) Методами		
ОК- 7	- способностью к самоорганизации и самообразованию	3
Планируемые результаты обучения Знать: 1) методики ведения проектно-художественной деятельности Уметь: 1) выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале Владеть: 1) методами эргономики и антропометрии		
ОПК-6	- Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных	3

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
	технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	
Планируемые результаты обучения		
Знать:		
1) методики анализа знаковых систем рекламных сообщений;		
2) структуру копирайтинга как профессиональной деятельности в рекламе.		
Уметь:		
1) классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы;		
2) ориентироваться в семиотической природе рекламы;		
3) моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании.		
Владеть:		
1) навыками составления авторских рекламных текстов с учетом основных рекламных стратегий;		
свободно владеть стилистическими приемами.		
ПК-6	- способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике	3
Планируемые результаты обучения		
Знать:		
1) специфику и проблематику ПДПБ в практическом исполнении дизайн-проекта;		
2) современные технологии в дизайне		
Уметь:		
1) пользоваться современными технологиями в методологии проектирования;		
2) визуализировать идею с использованием различных средств и технологий.		
Владеть:		
1) терминологией современных технологий;		
2) необходимыми для визуализации дизайн-проекта программами		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

История, История искусств (ОК-2),

Информатика, прикладная математика (ОПК-6)

Компьютерные технологии (ОПК-6)

Инженерно-технологическое оборудование в промышленном дизайне (ПК-6)

Деловые коммуникации в дизайне (ОПК-6, ПК-6)

Деловые коммуникации в дизайне (ОПК-6)

Рекламные технологии в промышленном дизайне (ОПК-6, ПК-6)

Компьютерное проектирование в промышленном дизайне (ОПК-6, ПК-6)

Производственная практика (творческая практика)(ПК-6)

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) (ПК-6)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Задачи и цели рекламного текста			
Тема 1. Понятие о рекламном обращении. Задачи рекламного текста. Содержание рекламного текста. Источники идей.	12		
Тема 2. Социальная перцепция: процесс восприятия социальных объектов. Цели рекламного обращения: аттракция, возбуждение интереса, эмоциональное воздействие, запоминание	13		
Текущий контроль 1 (устный опрос)	1		

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 2. Текст, как рекламное обращение			
Тема 3. Текст как рекламное обращение. Носители рекламной информации. Жанры обращений. Формы взаимодействия: кооперация и конкуренция.	16		
Тема 4. Три основных направления, в которых решаются задачи рекламного обращения: информирование, аргументирование, напоминание. Носитель рекламной информации.	11		
Текущий контроль 2 (устный опрос)	1		
Учебный модуль 3. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламе.			
Тема 5. Структура языка. Антонимы, синонимы, омонимы, неологизмы в рекламе. Рифма. Ономастика в рекламе. Ономастическое поле. Ядро ономастического поля.	12		
Тема 6. Создание оригинальных неймов. Приемы логического воздействия: «ad rem», приемы психологического воздействия: «ad hominem», «ad populum». Фонема и лексема как элементарные единицы языка в филологии.	12		
Текущий контроль 3 (устный опрос)	1		
Учебный модуль 4. Графическое исполнение рекламного текста.			
Тема 7. Пространственный дизайн текста. Текст в сети.	17		
Тема 8. Способы графического исполнения текста. Принципы подбора материала для креативного инжиниринга рекламной информации.	11		
Текущий контроль 4 (устный опрос)	1		
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачёт)	36		
ВСЕГО:	144		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	7	1				
2	7	2				
3	7	2				
4	7	2				
5	7	2				
6	7	2				
7	7	2				
8	7	2				
ВСЕГО:		15				

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Технология составления творческого резюме.	7	3				
2	Разработка креативной стратегии рекламы	7	6				
3	Подготовка презентации по пройденному материалу	7	6				
4	Методика написания заголовков.	7	6				
5	Составление рекламных текстов для телевизионной рекламы	7	6				
6	Составление рекламных	7	6				

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	текстов для радиорекламы						
7	Междисциплинарный характер копирайтинга.	7	6				
8	Блиц-обмен вопросами, проигрывание проблемных ситуаций	7	6				
ВСЕГО:			45				

3.3. Лабораторные занятия

не предусмотрено

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

не предусмотрено

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1,2,3,4	устный опрос	7	4				

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	7	24				
Подготовка к практическим занятиям	7	24				
Подготовка к экзамену	7	36				
ВСЕГО:		48+36				

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

не предусмотрено

7.2. Система оценивания успеваемости и достижений обучающихся для промежуточной аттестации

традиционная

балльно-рейтинговая

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1) Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс]/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 260 с IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/35279>

2) Копирайтинг: учебное пособие/Авт.-сост. Костюк Е.Б. – СПб.СПбГТУРП, 2015. -95 с. Электронная библиотека методических указаний, учебно-методических пособий ВШТЭ <http://nizrp.narod.ru/metod/kpromdes/9.pdf>

б) дополнительная учебная литература

1) Судоргина З. Копирайтинг [Электронный ресурс]: тексты, которые продаются/ Судоргина З.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.— 282 с IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/58953>

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

не предусмотрено

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Microsoft Windows 8.1.

Microsoft Office Professional 2013.

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

1. Лекционная аудитория с мультимедийным комплексом с выходом в интернет

8.6. Иные сведения и (или) материалы

не предусмотрено

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none">• проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины;• конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины.• проверка терминов, понятий: осуществлять с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь;• работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии</p>
Практические занятия	<p>На практических занятиях (семинарах) разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров по соответствующей тематике; навыками работы в малых группах; развивают организаторские способности по подготовке коллективных проектов.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none">• работа с конспектом лекций;• подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом
Самостоятельная работа	<p>Данный вид работы предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации; а также подготовки к зачёту. Самостоятельная работа выполняется индивидуально, а также может проводиться под руководством (при участии) преподавателя.</p> <p>При подготовке к зачёту необходимо ознакомиться с демонстрационным вариантом задания, проработать конспекты лекций и практических занятий. Получить консультацию у преподавателя</p>

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их

формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

**10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции (этап освоения)	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ОК-2 (3)	1. Грамотно излагает основные этапы и закономерности исторического развития 2. Демонстрирует умение анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции 3. Использует теоретические знания методами анализа основных закономерностей исторического развития общества	Устное собеседование Практическое типовое задание	перечень вопросов для экзамена (18 шт.) перечень тем практических заданий (8шт.)
ОК-7 (3)	1. Грамотно объясняет основные понятия, сущность и содержание истории искусства 2. Демонстрирует умение анализировать тематику в области копирайтинга 3. Использует теоретические знания при характеристике компонентов копирайтинга и их взаимосвязи	вопросы для экзамена типовые практические задания	перечень вопросов для экзамена (18 шт.) перечень тем практических заданий (8шт.)
ОПК- 6(3)	Ориентируется в методиках анализа знаковых систем рекламных сообщений; структуре копирайтинга как профессиональной деятельности в рекламе. Грамотно классифицирует и типизирует вербальные формы рекламы; ориентируется в семиотической природе рекламы; моделирует рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании. Свободно владеет стилистическими приемами.	вопросы для экзамена типовые практические задания	перечень вопросов для экзамена (18 шт.) перечень тем практических заданий (8шт.)
ПК-6 (3)	1. Доходчиво объясняет специфику и проблематику ПДПБ в практическом исполнении дизайн-проекта; современные технологии в дизайне 2. Демонстрирует умение пользоваться современными технологиями в методологии проектирования; визуализировать идею с использованием различных средств и технологий. 3. Пользуется терминологией современных технологий, необходимых для визуализации дизайн-проекта	Вопросы для устного собеседования; типовые практические задания	перечень вопросов для экзамена (18 шт.) перечень тем практических заданий (8шт.)

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
Зачтено	обучающийся углубленно владеет теоретическими знаниями; владеет рисунком, умением использовать рисунки в практике составления композиции и переработкой их в направлении проектирования; свободно пользуется современной шрифтовой культурой, обладает культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения. На высоком уровне выполняет практические задания по темам дисциплины.
Незачтено	обучающийся не владеет теоретическими знаниями. Не владеет рисунком, не умеет использовать рисунки в практике составления композиции и не перерабатывает их в направлении проектирования. Не знает, не применяет современную шрифтовую культуру, не владеет приёмами работы с цветом и цветовыми композициями, не обладает культурой мышления, не способен к обобщению, анализу, восприятию информации, не ставит цель и не определяет выбор путей её достижения. Не выполняет практические задания.

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопросов	№ темы
1	Предмет «копирайтинга», его место и роль в системе рекламного бизнеса	1
2	Виды печатной рекламы	1
3	Методы создания печатной рекламы	1
4	Элементы, из которых состоит аннотация. Значение аннотации для разработки рекламной стратегии	1
5	Составляющие креативной стратегии	2
6	Понятие целевой аудитории	2
7	Выработка рекламного обращения	2
8	Принципы соотношения текста и изображения в печатной рекламе	2
9	Основные особенности заголовка	2
10	Методики написания заголовка	2
11	Слоган как интегральная часть рекламной компании	3
12	Структура и форматирование основного текста рекламы	3
13	Классификация стилей рекламных текстов	3
14	Различные подходы, используемые при создании рекламных текстов	3
15	Особенности эмоционального подхода	4
16	Классификация рекламных текстов на основе следования литературным жанрам	4
17	Тексты для внутримagaзинной рекламы и их особенности	4
18	Особенности рекламных текстов для телевизионной рекламы	4

10.2.2. Вариант типовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых заданий	Ответ
1	Выберите какой-нибудь бытовой предмет – вешалку, расческу или рожок для ботинок, возьмите его в руки и тщательно рассмотрите. Обратите внимание на его форму, размеры, материал, из которого он изготовлен, и фактуру. Потом представьте себе, какой была бы жизнь в отсутствие этого предмета. Запишите, что бы вам пришлось делать, чтобы его заменить (куда бы вы вешали одежду, чем бы	Каждое слово должно говорить о предмете текста самым красноречивым образом.

	причесывались и т. д.).	
2	Написать рекламный текст и заголовок для печенья. Объем текста не должен превышать 100-150 слов.	С помощью слов вызвать у читателя точно такие же мысли, чувства и желания, которые вызывали симпатичный жизнерадостный слушатель и вкус хорошего печенья. Ваш текст должен заменить все эти ощущения
3	Составьте от своего имени брачное объявление (не более 60 слов). Вкратце опишите среднего читателя этой газеты. Станет ли человек, с которым вы хотите вступить в брак, читать эту газету?	Каждое слово должно говорить о предмете объявления самым красноречивым образом.

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче зачёта и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на Ученом совете университета 15.03.2016г., протокол № 4)

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

10.3.3. Особенности проведения экзамена

Приветствуется креативный подход к решению поставленных на экзамене вопросов
Время на подготовку ответа - 30 минут.