

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной и научной работе

Дата подписания: 13.09.2023 12:14:36

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Копирайтинг / Copywriting

Закреплена за подразделением Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки 45.04.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль Теория коммуникации и международные связи с общественностью/
Communications and International Public Relations

Квалификация	Магистр	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	108	Формы контроля в семестрах:
в том числе:		зачет 2
аудиторные занятия	26	
самостоятельная работа	82	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	14			
Неделя	14			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	13	13	13	13
Практические	13	13	13	13
Итого ауд.	26	26	26	26
Контактная работа	26	26	26	26
Сам. работа	82	82	82	82
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

кфилн, доцент, Филимонов Александр Евгеньевич

Рабочая программа

Копирайтинг / Copywriting

Разработана в соответствии с ОС ВО:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт высшего образования - магистратура Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» по направлению подготовки 45.04.02 ЛИНГВИСТИКА (приказ от 02.04.2021 г. № 119 о.в.)

Составлена на основании учебного плана:

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА, 45.04.02-МЛГ-23-1.plx Теория коммуникации и международные связи с общественностью/ Communications and International Public Relations, утвержденного Ученым советом НИТУ МИСИС в составе соответствующей ОПОП ВО 22.06.2023, протокол № 5-23

Утверждена в составе ОПОП ВО:

45.04.02 ЛИНГВИСТИКА, Теория коммуникации и международные связи с общественностью/ Communications and International Public Relations, утвержденной Ученым советом НИТУ МИСИС 22.06.2023, протокол № 5-23

Рабочая программа одобрена на заседании

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Протокол от 17.06.2020 г., №10

Руководитель подразделения Бондарева Л.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	приобретение знаний, умений и навыков, необходимых для создания рекламных и PR-текстов, ориентированных на продвижение продуктов и технологий.
-----	--

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.В.ДВ.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Брендинг / Branding	
2.1.2	Стратегический менеджмент / Strategic Management	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Учебная (консультационная) практика	
2.2.2	Цифровая коммуникация / Digital Communication	
2.2.3	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.4	Производственная практика (педагогическая)	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-2: Способен разрабатывать и реализовывать коммуникативную стратегию на основе понимания ценностей, представлений, этических и нравственных норм, присущих различным культурам и странам
Знать:
ПК-2-31 принятые нормы, правила и особенности в области создания рекламных и PR-текстов для разных каналов коммуникации
Уметь:
ПК-2-У1 осуществлять межкультурную коммуникацию в соответствии с принятыми нормами, правилами и особенностями в области создания рекламных и PR-текстов для разных каналов коммуникации

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Формируемые индикаторы компетенций	Литература и эл. ресурсы	Примечание	КМ	Выполняемые работы
	Раздел 1. Целевая аудитория и стратегии продвижения							
1.1	Целевая аудитория и стратегии продвижения /Лек/	2	3	ПК-2-31	Л1.1Л2.1			
1.2	Выбрать конкретный продукт или технологию и проанализировать целевые аудитории, которые могут быть заинтересованы в его приобретении /Пр/	2	3	ПК-2-У1	Л1.1Л2.1		КМ1	
1.3	Подготовка к практическому занятию. Написание профессиональных текстов /Ср/	2	16	ПК-2-31	Л1.1Л2.1 Э1			Р1
	Раздел 2. Принципы и приемы копирайтинга							
2.1	Принципы и приемы копирайтинга /Лек/	2	3	ПК-2-31	Л1.1Л2.1			
2.2	Определить стиль рекламного текста, структуру рекламного сообщения /Пр/	2	3	ПК-2-У1	Л1.1Л2.1		КМ1	

2.3	Подготовка к практическому занятию. Написание профессиональных текстов. Подготовка к контрольной работе /Ср/	2	16	ПК-2-31	Л1.1Л2.1 Э1			P1
	Раздел 3. Создание текстов для печати							
3.1	Создание текстов для печати /Лек/	2	2	ПК-2-31	Л1.1Л2.1			
3.2	Основные правила написания брошюр и каталогов. Типы статей и возможности их использования в целях продвижения /Пр/	2	2	ПК-2-У1	Л1.1Л2.1		КМ1	
3.3	Подготовка к практическому занятию. Написание профессиональных текстов /Ср/	2	16	ПК-2-31	Л1.1Л2.1 Э1			P1
	Раздел 4. Создание текстов для радио и телевидения							
4.1	Создание текстов для радио и телевидения /Лек/	2	2	ПК-2-31	Л1.1Л2.1			
4.2	Принципы создания, формат и стиль радиорекламы. Способы воздействия в радиорекламе. Секреты телевизионной рекламы. Способы воздействия в телерекламе. Использование преувеличения и юмора в телерекламе /Пр/	2	2	ПК-2-У1	Л1.1Л2.1		КМ1	
4.3	Подготовка к практическому занятию. Написание профессиональных текстов /Ср/	2	16	ПК-2-31	Л1.1Л2.1 Э1			P1
	Раздел 5. Создание текстов для интернета							
5.1	Создание текстов для интернета /Лек/	2	3	ПК-2-31	Л1.1Л2.1			
5.2	Принципы написания текстов для интернет-аудитории. Создание и поддержание веб-сайта как вид копирайтинга. Сходства и различия печатных и электронных статей /Пр/	2	3	ПК-2-У1	Л1.1Л2.1			
5.3	Подготовка к практическому занятию. Написание профессиональных текстов. Подготовка к контрольной работе /Ср/	2	18	ПК-2-31	Л1.1Л2.1 Э1			

5.1. Контрольные мероприятия (контрольная работа, тест, коллоквиум, экзамен и т.п), вопросы для самостоятельной подготовки			
Код КМ	Контрольное мероприятие	Проверяемые индикаторы компетенций	Вопросы для подготовки
КМ1	Портфолио	ПК-2-У1	Анонсы Релизы Годовой отчет Контент для корпоративного сайта Контент для социальных сетей
КМ2	Контрольная работа	ПК-2-З1;ПК-2-У1	По темам семестра

5.2. Перечень работ, выполняемых по дисциплине (Курсовая работа, Курсовой проект, РГР, Реферат, ЛР, ПР и т.п.)

Код работы	Название работы	Проверяемые индикаторы компетенций	Содержание работы
Р1	Чтение дополнительной литературы	ПК-2-З1	по выбору студента и согласованию с преподавателем

5.3. Оценочные материалы, используемые для экзамена (описание билетов, тестов и т.п.)

Экзамен не предусмотрен

5.4. Методика оценки освоения дисциплины (модуля, практики. НИР)

В течение семестра студент получает баллы за выполненные задания. Итоговая оценка по дисциплине осуществляется посредством конвертации итогового балла (процента) в оценку по следующей схеме:

51 - 69 % - удовлетворительно

70 - 84% - хорошо

85 - 100% - отлично

Портфолио (8) - 40

Анонсы

Релизы

Годовой отчет

Контент для корпоративного сайта

Контент для социальных сетей

Контрольная работа (2) - 60

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л1.1	Луговой Д. Б.	Копирайтинг: учебное пособие	Электронная библиотека	Ставрополь: Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Библиотека	Издательство, год
Л2.1	Пономарева А. М.	Креатив и копирайтинг: учебник	Электронная библиотека	Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Э1	Копирайтинг (LMS Canvas)	https://lms.misis.ru/
----	--------------------------	---

6.3 Перечень программного обеспечения

П.1	LMS Canvas
-----	------------

6.4. Перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных

И.1	Studies in Communication Sciences. Elsevier. http://www.sciencedirect.com/sci-ence/journal/14244896
-----	--

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Ауд.	Назначение	Оснащение
------	------------	-----------

Любой корпус Мультимедийная	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и/или для проведения практических занятий:	комплект учебной мебели до 36 мест для обучающихся, мультимедийное оборудование, магнитно-маркерная доска, рабочее место преподавателя, ПКс доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus
Читальный зал №3 (Б)		комплект учебной мебели на 44 места для обучающихся, МФУ Xerox VersaLink B7025 с функцией масштабирования текстов и изображений, 8 ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus.
Читальный зал №4 (Б)		комплект учебной мебели на 20 рабочих мест, компьютеры с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета
Читальный зал электронных ресурсов		комплект учебной мебели на 55 мест для обучающихся, 50 ПК с доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus.
Любой корпус Мультимедийная	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и/или для проведения практических занятий:	комплект учебной мебели до 36 мест для обучающихся, мультимедийное оборудование, магнитно-маркерная доска, рабочее место преподавателя, ПКс доступом к ИТС «Интернет», ЭИОС университета через личный кабинет на платформе LMS Canvas, лицензионные программы MS Office, MS Teams, ESET Antivirus

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

В ходе учебного процесса используются такие интерактивные формы проведения занятий, как анализ и обсуждение разных видов профессиональных текстов с учетом конкретной целевой аудитории и целей коммуникации, дискуссии, практическая отработка навыков написания текстов для печати, радио- и телевизионной рекламы и интернета с целью продвижения конкретного продукта или технологии.

Задания для контрольных работ формулируются в виде мини-кейсов по темам разделов дисциплины и практических заданий по написанию профессиональных текстов применительно к конкретным обстоятельствам.