

Специальность 6-05-0321-02 Информация и коммуникация / Speciality: 6-05-0321-02 Information and communication
 Учебная дисциплина «Копирайтинг», модуль «Медиа технологии» / Academic discipline «Copywriting», module «Media technologies»

<p>Краткое содержание учебной дисциплины, модуля / Brief summary</p>	<p>Дисциплина «Копирайтинг» является практически-ориентированной, призванной познакомить студентов с различными аспектами, методами и особенностями организационной, аналитической и креативной работы при решении реальных коммуникативных задач в области рекламной коммуникации. Основная задача дисциплины – сформировать представление студентов о специфике работы копирайтера</p>	<p>The discipline «Copywriting» is practically oriented, designed to introduce students to various aspects, methods and features of organizational, analytical and creative work in solving real communication problems in the field of advertising communications. The main objective of the discipline is to form students' understanding of the specifics of the work of a copywriter</p>
<p>Формируемые компетенции / The formed competences</p>	<p>– владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации; – создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты; – использовать знания особенностей инноваций и создавать креативные рекламные обращения к потребителям товаров и услуг.</p>	<p>– master the basics of research activities, search, analyze and synthesize information; – create media texts, media products, and communication products that are in demand by society and industry; – use knowledge of the features of innovations and create creative advertising messages to consumers of goods and services.</p>
<p>Результаты обучения (знать, уметь, владеть) / Learning outcomes (know, can, be able)</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен: знать: – основные направления деятельности копирайтера; – специфику реализации профессиональной реализации в различных организациях; – типологию рекламных текстов, их основные особенности, различия и целевое назначение; – методы и этапы создания рекламных текстов, слоганов, радио- и видеороликов, коммерческих названий, текстов для размещения в сети Интернет; уметь: – анализировать цели и задачи, поставленные заказчиками рекламных текстов, а также в</p>	<p>As a result of studying the academic discipline, the student should: know: - the main areas of activity of a copywriter; - the specifics of the implementation of professional implementation in various organizations; - the typology of advertising texts, their main features, differences and intended purpose; - methods and stages of creating advertising texts, slogans, radio and video clips, commercial names, texts for posting on the Internet; be able to: – analyze the goals and objectives set by customers of advertising texts, and, if necessary, set them independently; – navigate the methods and techniques of a copywriter's</p>

	<p>случае необходимости самостоятельно их ставить;</p> <p>– ориентироваться в методах и техниках работы копирайтера;</p> <p>– плодотворно участвовать в разработке концепций рекламных кампаний в рамках работы креативной группы;</p> <p>– создавать рекламные тексты различных жанров и видов с учетом различных требований и ограничений;</p> <p>владеть:</p> <p>– навыками сбора информации в Интернете;</p> <p>– технологиями количественного и качественного исследования.</p>	<p>work;</p> <p>– fruitfully participate in the development of advertising campaign concepts as part of the work of a creative group;</p> <p>– create advertising texts of various genres and types, taking into account various requirements and restrictions;</p> <p>have skills in:</p> <p>- skills for collecting information on the Internet;</p> <p>- technologies of quantitative and qualitative research.</p>
Семестр изучения учебной дисциплины, модуля / Semester of study	3	3
Пререквизиты / Prerequisites	Технологии создания медиатекстов, Мультимедийные технологии коммуникации	Technologies of creating media texts, Multimedia communication technologies
Трудоемкость в зачетных единицах (кредитах) / Credit units	3	3
Количество аудиторных часов и часов самостоятельной работы / Academic hour of students' class work, hours of self-directed learning	52 / 58	52 / 58
Требования и формы текущей и промежуточной аттестации / Requirements and forms of current and interim certification	проект, открытое (эвристическое) задание, презентация / зачет	project, open (heuristic) task, presentation / test