

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Райхерт Татьяна Николаевна
Должность: Директор
Дата подписания: 24.09.2023 19:40:56
Уникальный программный идентификатор:
c914df807d771447164c08ee17f8e2f93dde816b

Министерство просвещения Российской Федерации
Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал)
Федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

Факультет филологии и межкультурной коммуникации
Кафедра иностранных языков и русской филологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.05 «ОСНОВЫ КОПИРАЙТИНГА И РЕДАКТИРОВАНИЯ МЕДИАТЕКСТА»

Уровень высшего образования	Бакалавриат
Направление подготовки	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Профили	Русский язык, литература и дополнительное образование в сфере медиакommunikаций
Автор	Фомина Ю. А., канд. филол. наук

Одобрена на заседании кафедры иностранных языков и русской филологии. Протокол от 28 августа 2023 г. № 1.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности методической комиссией факультета филологии и межкультурной коммуникации. Протокол от 29 августа 2023 г. № 1.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы копирайтинга и редактирования медиатекста» направлена на создание представлений о креативном процессе работы с текстами, помогает сформировать и развить первичные навыки написания и редактирования различных видов текстовой продукции, а также знакомит с особенностями работы копирайтеров и редакторов.

Цель дисциплины – знакомство с деятельностью копирайтера и редактора, изучение особенностей работы по созданию и редакционной подготовке различных типов текстов (информационных, рекламных, имиджевых, презентационных).

Задачи:

- дать представление о сущности копирайтинга и редактирования, их месте и роли в современной массовой коммуникации;
- раскрыть особенности копирайтинга и редактирования как практики работы над созданием разных типов текстов;
- познакомить с основными формами и типами рекламных текстов (информационных, имиджевых, презентационных), изучить технологии, методы и приемы их составления;
- познакомить с основными методами и приемами работы по редактированию разных типов текстов;
- сформировать навыки критического анализа текстов современных масс-медиа;
- выработать базовые практические умения составления вербальной части рекламно-имиджевой коммуникации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Основы копирайтинга и редактирования медиатекста» является частью учебного плана по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), профили «Русский язык, литература и дополнительное образование в сфере медиакommunikаций». Дисциплина реализуется на факультете филологии и межкультурной коммуникации кафедрой иностранных языков и русской филологии.

Дисциплина «Основы копирайтинга и редактирования медиатекста» является компонентом части, формируемой участниками образовательных отношений, и входит в модуль профессиональной подготовки.

При изучении дисциплины привлекаются знания и умения студентов, полученные при освоении курсов: «Русский язык и культура речи», «Современный медиатекст», «Стилистика».

Дисциплина «Основы копирайтинга и редактирования медиатекста» носит практический характер, нацелена на формирование практических навыков работы по написанию и редактированию различных типов текстов, является необходимым звеном в освоении дисциплин профильной подготовки, связанных с интерпретацией и созданием современных текстов.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующей компетенции:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-1. Способен осваивать и использовать	ПК-1.1. Знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (преподаваемого предмета).

теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач	ПК-1.2. Умеет осуществлять отбор учебного содержания для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО.
	ПК-1.3. Демонстрирует умение разрабатывать различные формы учебных занятий, применять методы, приемы и технологии обучения, в том числе информационные.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

- базовые теоретические понятия курса;
- особенности копирайтинга и редактирования как профессиональной деятельности;
- профессионально-этические правила и нормы работы копирайтера;
- цели, задачи и принципы организации работы над текстом;
- типологию и специфику современных жанров текстов рекламной коммуникации.

уметь:

- формулировать правильные цели и задачи при создании коммуникативного послания;
- сочетать креативную идею с маркетинговой задачей для создания эффективных текстов;
- создавать и редактировать тексты разных стилей и жанров, с использованием различных речевых стратегий в соответствии с коммуникативной задачей;
- вырабатывать и корректировать индивидуальный стиль написания текстов;
- использовать в практической деятельности мировой и отечественный опыт работы в области копирайтинга и редактирования.

владеть навыками:

- критического анализа композиционных, лексических, грамматических и стилистических особенностей текстов современных масс-медиа;
- составления и редактирования авторских текстов разных жанров с учетом выбранной коммуникативной стратегии;
- использования разнообразных стилистических приемов при составлении текстов.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед. (144 ч.), семестр изучения – 8, распределение по видам нагрузки представлено в таблице.

Вид работы	Форма обучения
	очная
	8 семестр
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	144
Контактная работа , в том числе:	54
Лекции	18
Практические занятия	36
Самостоятельная работа , в том числе:	90
Изучение теоретического курса	40
Самоподготовка к текущему контролю знаний	41
Подготовка к зачету с оценкой в 8 семестре	9

4.2. Учебно-тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего часов	Контактная работа		Самост. работа	Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практ. занятия		
4 курс, 8 семестр					
Раздел 1. Понятие копирайтинга. Значение, задачи и функции копирайтинга и в современной массовой коммуникации.	16	2	2	12	Опрос на практическом занятии Выполнение практических заданий
Раздел 2. Технологии копирайтинга. Основные правила и приемы написания текстов. Креативные технологии копирайтинга.	21	4	4	13	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий
Раздел 3. Технологии создания рекламных и презентационных текстов. Структура рекламного текста. Понятие нейминга. Влияние имени на структуру рекламного текста. Специфика составления различных видов рекламных и презентационных текстов.	28	4	10	14	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий, решение кейсов Подготовка сообщений с презентациями Деловая игра
Раздел 4. Использование выразительных средств языка в копирайтинге. Выразительные средства языка. Лингвистические техники и приемы написания эффективных текстов.	22	2	6	14	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий Подготовка сообщений с презентациями
Раздел 5. Технологии SEO-копирайтинга и рерайта. Понятие SEO-копирайтинга, его методы и приемы. Технологии рерайта. Уникальность текста.	20	2	4	14	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий
Раздел 6. Понятие редактирования, методы и приемы работы редактора. Значение, задачи и функции редактирования в современной массовой коммуникации. Методика редактирования.	28	4	10	14	Опрос на практическом занятии Выполнение практических и творческих заданий
Подготовка к зачету с оценкой	9			9	
Всего по дисциплине	144	18	36	90	

4.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Понятие копирайтинга и редактирования.

Понятие копирайтинга. Возникновение и развитие копирайтинга как профессиональной деятельности. Профессиональные обязанности копирайтера.

Бриф и креативный бриф, методология разработки и заполнения брифа, структура и содержание брифа. Этапы выполнения технического задания.

Раздел 2. Технологии копирайтинга.

Изучение темы. Определение целевой аудитории. Выявление стереотипов восприятия целевой аудитории. Сбор информации. Работа с исходным материалом, определение первостепенной и второстепенной информации. Эффективные стратегии и тактики копирайтинга. Принцип перевернутой пирамиды. Работа над текстом.

«Творческий» конкурентный анализ. Творческие теории (теория Разрыва, теория РАМ-проводника, теория «внутреннего драматизма»). Методы активизации поиска идей. Искусственный информационный повод.

Раздел 3. Технологии создания рекламных и презентационных текстов.

Структура рекламного текста: заголовок, подзаголовок, основной рекламный текст, слоган, эхо-фраза, адресный блок.

Виды аргументации в рекламных текстах. Рациональная и эмоциональная аргументация. Имажитивные тексты. Обращение к потребностям. Иррациональная аргументация. Контраргументация и опровержение.

Понятие креолизованного текста. Виды креолизованных текстов. Функции изображения в креолизованном тексте. Методика составления и анализа креолизованного текста.

Понятие нейминга. Технологии создания нейма.

Раздел 4. Использование выразительных средств языка в копирайтинге.

Фонетические средства оформления текста. Благозвучие, ритм и рифма, аллитерации.

Лексические и морфологические средства оформления текста. Специфика использования слов разных частей речи. Использование модальных операторов. Использование фразеологических оборотов. Прецедентные феномены как единицы языка. Уровни прецедентности. Виды прецедентных феноменов. Функции прецедентных единиц в текстах. Коммуникативные эффекты и коммуникативные неудачи, вызванные прецедентными феноменами.

Использование тропов (эпитет, метафора, сравнение, гипербола, олицетворение, метонимия, перифраз и др.).

Приемы языковой игры. Каламбур. Преднамеренные орфографические ошибки. Слова-матрешки. Неологизмы.

Синтаксические средства оформления текста. Прием парцеллирования. Сегментированные конструкции. Вопросно-ответные конструкции. Использование номинативных предложений. Прием повтора (анафора и эпифора). Синтаксический параллелизм. Риторическое обращение. Риторический вопрос. Использование прямой речи. Использование разговорных конструкций.

Раздел 5. Технологии SEO-копирайтинга и рерайта.

Понятие SEO-копирайтинга. Основные принципы и правила SEO-копирайтинга. Подбор и аналитика ключевых слов. Нормы частотности ключевых слов. Анализ конкурирующих ресурсов. Проверка текста на уникальность. Работа с тегами.

Понятие рерайта. Функции рерайтинга. Виды рерайтинга. Основные приемы и методы рерайтинга.

Раздел 6. Понятие редактирования, методы и приемы работы редактора.

Текст как объект редактирования. Понятие редактирования. Профессиональные обязанности редактора. Нормы редакторской этики. Виды редакторского чтения.

Методика редактирования. Знаки редакторской правки. Виды правки (правка-вычитка, правка-сокращение, правка-обработка, правка-переделка). Работа над фактическим материалом (принцип единообразия в написании имен, фамилий, дат, географических названий, терминов; цифры в тексте; обработка таблиц; цитаты в тексте). Работа с текстами, различными по способу изложения (повествование, описание, рассуждение). Логические основы редактирования. Редакторский анализ заголовков. Коммуникационные ошибки и их редактирование.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Процесс обучения по дисциплине «Основы копирайтинга и редактирования» строится с использованием как традиционного подхода, так и инновационных технологий.

В процессе лекционных занятий формируются основы теоретических знаний по дисциплине, а на практических занятиях ведется работа по закреплению практических умений и навыков. При этом соблюдаются два основных принципа:

1. Принцип осознания языковых явлений в период их усвоения, осознания способов их использования. Предполагает такое построение курса, при котором все языковые явления усваиваются студентами лишь после того, как они поняты. Названный принцип применяется либо после объяснений преподавателя, либо в результате контролируемого преподавателем самостоятельного изучения материала по учебникам и пособиям.

2. Принцип связи содержания с языковой формой требует, чтобы каждое языковое явление представлялось студентам одновременно и в формальном, и в семантическом плане, осваивалось в соотношении со смыслом.

Лекционные занятия должны стимулировать познавательную активность студентов, поэтому в ходе лекций целесообразно включение проблемных вопросов и ситуаций, обращение к практическому опыту создания и редактирования текстов различных стилей и жанров.

На этапе первичного овладения знаниями из неимитационных активных методов используются лекция-беседа, эвристическая беседа, самостоятельная работа с литературой, выполнение практических заданий, решение кейсов, деловые игры.

На втором этапе закрепления знаний и контроля используется самостоятельное выполнение практических / творческих заданий, которое способствует совершенствованию навыков работы по созданию и редактированию текстов различных жанров.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Основная литература

1. Еремеева, Н. В. Коммерческий копирайтинг : учебное пособие / Н. В. Еремеева, П. В. Журкевич ; под ред. Н. В. Еремеевой. – Москва : МГИМО, 2021. – 221 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/293825>. – Текст : электронный.

2. Колесникова, О. И. Практикум по литературному редактированию : учебно-методическое пособие / О. И. Колесникова. – Киров : ВятГУ, 2020. – 76 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/164408>. – Текст : электронный.

3. Меркулова, И. А. Литературное редактирование как дисциплина профессиональной подготовки лингвиста : учебно-методическое пособие / И. А. Меркулова. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 176 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/181853>. – Текст : электронный.

4. Назайкин, А. Н. Сторителлинг в современном копирайтинге : учеб. пособие / А. Н. Назайкин. – Москва : СОЛОН-Пресс, 2022. – 192 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/322289>. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Былинский, К. И. Литературное редактирование : учеб. пособие / К. И. Былинский, Д. Э. Розенталь. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 395 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/99998>. – Текст : электронный.

2. Гордеева, Е. Ю. Литературное редактирование рекламного текста : учеб. пособие / Е. Ю. Гордеева. – Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2016. – 17 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/152792>. – Текст : электронный.

3. Жилина, А. В. Аксиологические основы выбора парадигмы копирайтинга / А. В. Жилина // Коммуникативные исследования. – 2021. – № 1. – С. 132–144. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/314935>. – Текст : электронный.

4. Кувшинов, Ф. В. Современный медиатекст: теория и практика : учеб. пособие / Ф. В. Кувшинов. – Липецк : Липецкий ГПУ, 2021. – 91 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/193982>. – Текст : электронный.

5. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2018. – 131 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/103778>. – Текст : электронный.

6. Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учеб. пособие / Д. Б. Луговой. – Ставрополь : СКФУ, 2017. – 131 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/155566>. – Текст : электронный.

7. Марусева, И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И. В. Марусева. – Саратов : Вузовское образование, 2016. – 304 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>. – Текст : электронный.

8. Руженцева, Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учеб. пособие / Н. Б. Руженцева. – 2-е изд. стереотип. – Москва : Флинта, 2016. – 184 с. – URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/85944/>. – Текст : электронный.

9. Сбитнева, А. А. Литературное редактирование: история, теория, практика : учеб. пособие / А. А. Сбитнева. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2016. – 208 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/85947>. – Текст : электронный.

10. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска : руководство / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.] ; под общ. ред. И. С. Шаминой. – Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 260 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/108626>. – Текст : электронный.

Интернет-ресурсы

1. Международный журнал «Медиа. Коммуникация. Информация». Режим доступа: <https://mic.org.ru/>.

2. Международный научно-исследовательский журнал «Технологии рекламной журналистики». Режим доступа: <https://research-journal.org/social/tehnologii-reklamnoj-zhurnalistiki/>.

3. Редакторам.ru (портал об издательском деле и редактировании). Режим доступа: <http://www.redaktoram.ru/>.

4. Твой писатель (сайт о копирайтинге). Режим доступа: <https://yourwriter.ru/>.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа.

2. Компьютер (ноутбук).
3. Мультимедиапроектор.
4. Презентации к лекциям и практическим занятиям.
5. Лицензионное программное обеспечение: LibreOffice, LibreOffice Base, LibreOffice Impress, Kaspersky Endpoint Security - 300, Adobe Reader.
6. ИРБИС электронный каталог.
7. Платформа ДО Русский Moodle.
8. Помещения для самостоятельной работы.