

**Наименование учебной дисциплины:  
«Основы копирайтинга»**

<b>Код и наименование специальности</b>	1-23 01 15 Социальные коммуникации
<b>Курс обучения</b>	3
<b>Семестр обучения</b>	6
<b>Количество аудиторных часов:</b>	34
<b>Лекции</b>	16
<b>Семинарские занятия</b>	18
<b>Практические занятия</b>	-
<b>Лабораторные занятия</b>	-
<b>Форма промежуточной аттестации (зачет/ дифференцированный зачет/экзамен)</b>	зачет
<b>Количество зачетных единиц</b>	2
<b>Формируемые компетенции</b>	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; основные законодательные акты, регламентирующие работу создателей рекламных сообщений

**Краткое содержание учебной дисциплины:**

«Основы копирайтинга» - учебная дисциплина, направленная на комплексное освоение студентами базовых принципов работы над рекламными текстами различных видов и жанров. Дисциплина 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. В процессе изучения дисциплины студенты обучаются анализу целей и задач, поставленных заказчиками рекламных текстов; учатся ориентироваться в методах и техниках работы копирайтера; участвуют в разработке концепций рекламных кампаний в рамках работы креативной группы; создают рекламные тексты различных жанров и видов с учетом различных требований и ограничений.