

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2024 16:11:35

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### КОПИРАЙТИНГ В PR

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### РЕКЛАМА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Копирайтинг в PR» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 3 тем и направлена на изучение теоретических знаний об этапах написания PR-текста, его редактировании; представить студентам теоретические знания о жанрах PR-текстов; развить у обучающихся базовые навыки написания PR-текстов; подготовить студентов к практической деятельности в сфере связей с общественностью.

Целью освоения дисциплины является сформировать у студентов направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» теоретические знания о различных видах PR-текстов, а также базовые умения и навыки их написания.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Копирайтинг в PR» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Копирайтинг в PR» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Копирайтинг в PR».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
------	--------------------------	---	--

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<p>1-я производственная практика;  2-я производственная практика;  Введение в специальность;  История рекламы и связей с общественностью;  Основы менеджмента;  Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;  Компьютерные технологии в дизайне рекламы;  Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;  Основы интегрированных коммуникаций в PR;  Управление человеческими ресурсами;  Информационные технологии в рекламе и PR;  Теория и практика массовой информации;  Психология рекламы и PR;  VTL-технологии продвижения;  <i>PR в современном мире**</i>;  <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**</i>;  <i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**</i>;  <i>Разработка рекламной идеи**</i>;  <i>Реклама в современном мире**</i>;  <i>Организация работы отделов рекламы**</i>;  <i>Организация работы PR-отделов**</i>;  <i>Креативные коммуникации**</i>;  <i>Современные технологии презентации**</i>;  <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**</i>;  <i>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**</i>;  <i>Актуальные аспекты PR-деятельности**</i>;  <i>Основы разработки PR-проектов**</i>;  <i>Введение в журналистику**</i>;  <i>Креатив в дизайне**</i>;  <i>Практические аспекты в рекламе**</i>;</p>	Преддипломная практика;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>Основы маркетинга;  Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;  Компьютерные технологии в дизайне рекламы;  Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;</p>	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>           Основы интегрированных коммуникаций в PR;            Информационные технологии в рекламе и PR;            Маркетинговые исследования;            VTL-технологии продвижения;  <i>Событийный маркетинг**;</i>  <i>Разработка нового продукта**;</i>  <i>Креативные стратегии**;</i>  <i>Бренд-коммуникации**;</i>  <i>Организация работы отделов рекламы**;</i>  <i>Организация работы PR-отделов**;</i>  <i>Спичрайтинг**;</i>  <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Индустрия цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Креатив в маркетинге**;</i>  <i>Визуальная коммуникация бренда**;</i>  <i>Спонсорство и партнерство**;</i>  <i>Культурно-креативные индустрии**;</i>            2-я производственная практика;            1-я производственная практика;         </p>	

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Копирайтинг в PR» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>72</b>	72
	<b>зач.ед.</b>	<b>2</b>	2

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение	1.1	Определение копирайтинга. Границы современного копирайтинга. Спичрайтинг и копирайтинг. Бриф и взаимодействие с заказчиком.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Этапы написания и редактирования PR-текста	2.1	Этап подготовки содержания теста. Аргументация. Рациональные, иррациональные аргументы. Мифологическая аргументация. Сильные и слабые	ЛК, СЗ
Раздел 3	Жанры и виды PR-текстов	3.1	Первичные pr-тексты: оперативно-новостные жанры, исследовательско-новостные жанры, фактологические и исследовательские жанры, образно-новостные жанры. Комбинированные pr-тексты. Медiateксты. Смежные тексты. Пресс-релиз. Приглашение. Бэкграундер. Лист вопросов-ответов. Факт-лист. Биография. Заявление для СМИ. Байлайнер. Поздравление. Письмо. Пресс-кит. Буклет. Брошюра. Ньюслеттер. Имиджевая статья. Имиджевое интервью. Кейс-стори. Слоган. Резюме. Пресс-ревью.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом	

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Волкова И.И. Копирайтинг: теория и практика производства заказных текстов [Текст/электронный ресурс] : Учебно-методический комплекс / И.И. Волкова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2013. - 157 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3459>

2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

### Дополнительная литература:

1. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учеб. пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. <https://bibli-online.ru/viewer/podgotovka-reklamnogo-i-pr-teksta-415803#page/1>

2. Борисова, Е. Г. Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбух. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 275 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-01410-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://bibli-online.ru/bcode/433094> (дата обращения: 01.07.2019).

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при

*освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Копирайтинг в PR».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Копирайтинг в PR» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.



**РАЗРАБОТЧИК:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Осмоловская Анна Васильевна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	---

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	---

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	---