



Реклама



Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение
Стерлитамакский многопрофильный профессиональный колледж

СОГЛАСОВАНО

Руководитель

организации заказчика



В.В. Саргов
(подпись) (инициалы, фамилия)

20 22 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГАПОУ СМПК

А.Н. Усевич



«24» 06 20 22 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП 06. СОВРЕМЕННЫЙ КОПИРАЙТИНГ

Стерлитамак, 2022 год

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, с учетом стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Реклама»

Организация-разработчик: ГАПОУ СМПК

Разработчик:

Р.Р. Хаертдинов, преподаватель высшей квалификационной категории

ПЦК дизайна, рекламы и изобразительного искусства

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ...	14
5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ.....	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06. СОВРЕМЕННЫЙ КОПИРАЙТИНГ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является вариативной частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

ОП. 00. Общепрофессиональные дисциплины. Вариативная часть.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

Требования к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы

Специалист по рекламе должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
- ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

5.2. Специалист по рекламе должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими видам деятельности:

5.2.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

5.2.2. Производство рекламной продукции.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

5.2.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ЛР 5. Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 17. Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии

ЛР 22. Стремящийся к повышению уровня самообразования, своих деловых качеств, профессиональных навыков, умений и знаний.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- *писать тексты на любые темы;*
- *проверять текст на уникальность;*
- *работать по программе Etxt Антиплагиат;*
- *генерировать и размножать статьи для статейного маркетинга (продвижение сайта статьями);*
- *работать копирайтером на форуме.*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- *основы копирайтинга;*
- *методику написания текста на любые темы;*
- *распространённые ошибки копирайтинга;*
- *основные виды копирайтинга;*
- *вхождение ключевых фраз;*
- *LSI копирайтинг;*
- *Нейминг копирайтинг;*
- *PDF копирайтинг;*
- *Биржи копирайтинга.*

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 66 час, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 44 часа;
самостоятельной работы обучающегося 22 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	66
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	44
в том числе:	
практические занятия	28
дифференцированный зачет	1
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
в том числе:	
подготовка сообщений	12
анализ рекламных агентств	3
анализ рекламных текстов	4
подготовка презентаций	2
подбор примеров рекламных текстов	3
составление рекламных текстов	4
<i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

2.2. Тематический план дисциплины ОП.06 Современный копирайтинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1.1. Копирайтинг как учебная дисциплина ЛР17, ЛР 5	Содержание учебного материала	2	
	1 <i>Предмет «Копирайтинга», его место и роль в системе рекламного бизнеса. Ключевые понятия и основная терминология.</i>		3
	2 Многообразие типов текстов для печатной рекламы: заголовок, подпись к рисунку, слоган, логотип, тексты для телевизионной, радио рекламы и рекламы в интерактивных средствах информации.		2
	3 Процесс создания рекламного объявления. PDF копирайтинг		3
	4 Классификация стилей рекламных текстов		2
	Практические занятия	2	
	1 Междисциплинарный характер копирайтинга		
	2 Анализ структуры рекламных текстов		
	3 Создание рекламного текста: поиск идеи, создание текста и заголовка, учет композиционных и стилистических особенностей, презентация рекламного продукта		
	4 Выбор стиля. Фактический подход: прямой и косвенный путь воздействия на потребителя. Подход с выдумкой. Эмоциональный подход.		
Самостоятельная работа обучающихся Составить список выдающихся рекламных формул нашего времени Показать специфику деятельности профессионального копирайтера, с учетом региональных особенностей Башкортостана Изучить современную литературу по копирайтингу	2		
Тема 1.2. Особенности личности копирайтера	Содержание учебного материала	2	
	1 <i>Творческая направленность личности. Позиция и темперамент копирайтера.</i>		3
	2 Багаж копирайтера: словарь, энциклопедия, справочник корректора, учебник грамматики, книги афоризмов, Интернет. Статейный маркетинг.	2	
Практические занятия	2		

	1	Знакомство с биографией известных копирайтеров. Анализ главных навыков, необходимых копирайтеру.			
	2	Сочетание в деятельности копирайтера искусства и ремесла, умений и навыков различных профессий			
	Самостоятельная работа обучающихся Составить сообщение «Копирайтинг: ремесло или искусство?» Ответить на вопрос «В чем заключается профессионализм копирайтера?»				2
Тема 1.3. Методы создания печатной рекламы	Содержание учебного материала		2	3	
	1	<i>Метод рекомендации. Метод стиля жизни.</i>			3
	2	Метод решения проблемы. Метод Бернбаха (превращение негатива в позитив).			3
	Практические занятия		2		
	1	Семиотика рекламного текста. Структура и классификация знаков.			
	2	Основные элементы рекламного текста: заголовок, слоган, ОРТ, эхо-фраза			
	Самостоятельная работа обучающихся Проанализировать одну из рекламных компаний, проходивших в регионе и выделить в ней работу копирайтеров, ее сильные и слабые стороны		2		
Тема 1.4. Творческая платформа и концепция рекламы	Содержание учебного материала		2	3	
	1	<i>Аннотация. Модификация аннотации в рекламную стратегию. Рекламная стратегия.</i>			2
	2	Творческое резюме (бриф). Креативная стратегия. Составляющие креативной стратегии			2
	Практические занятия		2		
	1	Разработка проекта рекламной стратегии воображаемого товара			
	2	Технология составления творческого резюме			
Самостоятельная работа обучающихся Проанализировать существующие образцы аннотаций и рекламных стратегий Подготовить сообщение «Профессиональная этика копирайтера.»		2			
Тема 1.5. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы	Содержание учебного материала		2	3	
	1	Мондриан. Сетка. Окно. Перенасыщенная текстом реклама.			2
	2	Рамка или рамочный макет. Цирк или организованный беспорядок. Текстовая реклама.			
	3	Макет «реклама в обрез». Полоса. Макет «аксиальное расположение». Макет «комикс». Макет «алфавит».			3
	4	Макет «силуэт». Макет «мультиреклама». Шесть основных принципов привлекательной и эффективной рекламы			2

	Практические занятия			
	1	Разработка макетов «реклама в обрез», «аксиальное расположение»	2	
	2	Разработка макетов «комикс», «алфавит»		
	3	Разработка макетов «силуэт», «мультиреклама»		
	4	Анализ полученных образцов с точки зрения шести основных принципов рекламы		
	Самостоятельная работа обучающихся: Подобрать и проанализировать цитаты известных деятелей рекламы Раскрыть своеобразие текстов для «щитовой» рекламы на местном материале Подготовить сообщение «Особенности составления текстов для адресной рассылки» Создать презентацию «Макеты рекламы»		4	
Тема 1.6. Заголовок – основной элемент рекламного текста. Типы заголовков	Содержание учебного материала		3	
	1	Основные особенности заголовка. Взаимодействие заголовка и иллюстрации. Методика заманивания целевой аудитории.		3
	2	Виды и методики написания различных типов заголовков.		2
		3	Притягательные свойства по Глиму	3
	Практические занятия		3	
	1	Анализ собранного импирического материала		
	2	Разработка тестовых заданий и упражнений по теме «Заголовок»		
	3	Разработка заголовков для различных видов рекламы		
Самостоятельная работа обучающихся: Сбор импирического материала (вырезки из газет и журналов) Создать презентацию «Виды заголовков» Подготовить сообщение «Заголовок «и вы тоже»»		3		
Тема 1.7. Подзаголовок, подпись к рисунку, слоган, логотип	Содержание учебного материала		3	
	1	Основная функция подзаголовка. Варианты подзаголовков. Местоположение подзаголовка.		3
	2	Слоган как интегральная часть всей рекламной компании.		2
		3	Логотип. Нейминг копирайтинг.	3
	Практические занятия		3	
	1	Написание подзаголовков, создание подписей к рисункам		
	2	Требования к эффективному слогану. Анализ популярных слоганов.		
	3	Разработка логотипа.		

	Самостоятельная работа обучающихся: Подобрать примеры использования логотипов стерлитамакскими фирмами. Подготовить презентацию «Подписи к рисункам как особый вид печатной рекламы» Подготовить сообщение «Нейминг копирайтинг»		3		
Тема 1.8. Основной текст рекламного объявления. Классификация стилей рекламных текстов ЛР17, ЛР 22	Содержание учебного материала		2		
	1	Структура и форматирование основного текста рекламы. Грамматика и орфография. Игра слов, рифмы, аллитерации. Логика изложения.			3
	2	Шестиэтапная формула Глима			2
	3	Выбор стиля. Классификация рекламных текстов.			2
	4	LSI-копирайтинг. Уникальность текста.		2	
	Практические занятия		3		
	1	Определение длины основного текста. Структура и форматирование основного текста рекламы.			
	2	Фонетические, лексические и синтаксические приемы написания ОРТ.			
	3	Аргументация в рекламе. Эхо-фраза.			
	4	Работа в программе Etxt Антиплагиат.			
Самостоятельная работа обучающихся Сделать тематическую выборку рекламных текстов, появляющиеся в местных средствах массовой информации и дать анализ их стилевых особенностей Составить рекламные текстов для телевизионной и радиорекламы Сравнительный подход в действии (сравнение своего товара с конкурирующим продуктом при условии отсутствия уничижительной информации о конкуренте) Использование рамочных конструкций		2			
Тема 1.9. Особенности рекламных текстов для различных целевых аудиторий	Содержание учебного материала		2		
	1	Реклама косметики для женщин. Реклама для домохозяек. Реклама детских товаров для матерей.			3
	2	Реклама косметики для мужчин. Реклама для автолюбителей. Реклама для молодежи.			2
	3	Реклама лекарственных средств. Реклама для любителей животных. Реклама для клиентов банка. Реклама пластиковых окон			2
	4	Биржи копирайтинга. Работа на форуме.		2	
Практические занятия		2			

	1	Разработка рекламного текста для продвижения косметики, детских товаров.		
	2	Разработка рекламного текста для продвижения автомобильных марок, лекарственных средств		
	Самостоятельная работа обучающихся Тексты для аудио/видео рекламы в Стерлитамаке. Критический анализ с точки зрения целевой аудитории Подготовить сообщение «Соотношение понятий «потребитель» и «целевая аудитория» Составить текст для рекламы пластиковых окон		3	
			<i>Дифференцированный зачет</i>	1
			Итого:	66

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины «Современный копирайтинг» предполагает наличие лаборатории информационных и коммуникационных технологий с выходом в сеть Интернет

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места обучающихся не менее 25;
- учебная, методическая, справочная литература, словари, раздаточный материал, материалы для контроля (тесты, контрольные вопросы др.);
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение (операционная система, офисное приложение, антивирус).

Технические средства обучения:

- интерактивная доска (проецирующий экран);
- проектор;
- компьютер, входящий в локальную сеть с выходом в интернет;
- акустическая система

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Сердобинцева Е.В. Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие. – М.: Флинта, Наука, 2019. – 160 с.

Дополнительные источники:

1. Каплунов Д.А. Бизнес-копирайтинг. Как писать серьезные тексты для серьезных людей. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 330 с.
2. Соломатина О. А. «Писать легко: как писать тексты, не дожидаясь вдохновения». М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 92 с.

3.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе образовательных программ среднего профессионального образования, адаптированных при необходимости для обучения данной категории обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организовано совместно с другими обучающимися.

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

В колледже созданы специальные условия для получения среднего профессионального образования, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья:

- создание специальных социально-бытовых условий, обеспечивающих возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения колледжа, а также их пребывания в указанных помещениях (пандусы с входными группами, телескопические пандусы, перекатные пандусы, гусеничные мобильные подъемники, поручни) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата;

- использование в образовательном процессе специальных методов обучения и воспитания (организация отдельного учебного места вблизи размещения демонстрационного оборудования, дублирование основного содержания учебно-методического обеспечения в адаптированных раздаточных материалах, обеспечение облегченной практической деятельности на учебных занятиях, предупреждение признаков переутомления с помощью динамических пауз, соблюдение рационального акустического режима и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации, замедленный темп индивидуального обучения, многократное повторение, опора на сохранные анализаторы, функции и системы организма, опора на положительные личностные качества);

- обеспечение преподавателем-предметником организации технической помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья;

- дублирование справочной информации, расписания учебных занятий в адаптированной форме в зданиях колледжа на информационных мониторах и наличие адаптированного официального сайта колледжа по адресу www.mirsmpc.ru для слабовидящих;

Оснащение колледжа специальным, в том числе компьютерным, оборудованием для осуществления обучения лиц с ограниченными возможностями по зрению, слуху, движению двумя мобильными классами в составе:

–12 ноутбуков,

–проектор,

–экран,

–принтер.

Для осуществления обучения лиц с ограниченными возможностями по зрению на ноутбуках установлено программное обеспечение экранного увеличения с речевой поддержкой Magic Pro, которое дает возможность:

–легко переключаться между увеличенным изображением экрана ПК и изображением с камеры;

–изменять текст и цвет фона;

–осуществлять захват изображений;

–регулировать уровень контрастности;

–увеличивать изображение на экране;

–использовать голосовое сопровождение текста.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	
писать тексты на любые темы	Суммирующая оценка на практическом занятии
проверять текст на уникальность	Суммирующая оценка на практических занятиях и за выполнение самостоятельных работ
работать по программе Etxt Антиплагиат	Оценка на практическом занятии
генерировать и размножить статьи для статейного маркетинга (продвижение сайта статьями)	Оценка на практическом занятии
работать копирайтером на форуме	Оценка выполнения практического задания на зачете
Знать:	
основы копирайтинга;	Оценка выполнения КИМов на зачете
методику написания текста на любые темы;	Оценка выполнения заданий на практическом занятии
распространённые ошибки копирайтинга;	Оценка выполнения заданий на практическом занятии
вхождение ключевых фраз;	Оценка выполнения заданий на практическом занятии
основные виды копирайтинга;	Оценка выполнения КИМов на зачете
LSI копирайтинг;	Суммирующая оценка на практических занятиях
Нейминг копирайтинг;	Оценка выполнения заданий на практическом занятии
PDF копирайтинг;	Оценка выполнения КИМов на зачете
Биржи копирайтинга.	Суммирующая оценка на практических занятиях

Критерии оценки устных ответов студентов

Оценка «отлично» ставится:

1. Полное изложение изученного материала, правильное определение понятий.
2. Понимание материала, обоснование своего суждения, применение знаний на практике, умение привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные.
3. Правильное и последовательное изложение материала с точки зрения норм литературного языка.

Оценка «хорошо» ставится:

Ответ удовлетворяет тем же требованиям, что и оценка «5», но допускается:

- 1-2 ошибки, которые тут же исправляются;

- 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Оценка «удовлетворительно» ставится:

Есть знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) материал излагается неполно, допускаются неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) неумение достаточно и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) материал излагается непоследовательно, допускаются ошибки в языковом оформлении.

Оценка «неудовлетворительно» ставится:

1. Незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала.
2. Допускаются ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл.
3. Беспорядочное и неуверенное изложение материала.

Критерии оценки письменных работ (тестирование)

Оценка	% выполнения тестовых заданий
Оценка «5»	91-100 %
Оценка «4»	71-90 %
Оценка «3»	51-70%
Оценка «2»	менее 50 %

