

**Аннотация к рабочей программе дисциплины
Б1.О.26 Копирайтинг**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация выпускника: бакалавр

Цель освоения дисциплины: ознакомление со стандартами и правилами оформления рекламных и рг-текстов.

Объем дисциплины: 53Е, 180 часа

Семестр: 4 семестр

Краткое содержание основных разделов дисциплины:

№п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Основные понятия копирайтинга как технологии продвижения товаров и услуг.	Продукт. Товар. Услуга. Имидж. Целевая аудитория. Формат. Конкуренты. УТП. Потребительские предрассудки. TOV. Бюджет. Основные технологии копирайтинга. Составление брифа.
2	Виды рекламных текстов.	Пресс-релиз. Микро-текст. Легенда бренда. Уникальное торговое предложение. Коммерческое предложение. Нейминг. Слоган. Логотип. Ребрендинг. Анализ видов рекламного текста: пресс-релиз, микротекст, УТП, легенда бренда, коммерческое предложение. Особенности рекламного текста.
3	Технологии создания рекламных текстов.	Основные формулы продающих текстов. Триггеры продающих текстов. SEO-копирайтинг. Рерайтинг. Принципы организации рекламного текста. Практические примеры создания и редактирования рекламного текста.

Форма промежуточной аттестации: экзамен