

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

*Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета*

Рекомендовано МССН/МО

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Наименование дисциплины КОПИРАЙТИНГ В PR**

**Рекомендуется для направления подготовки/специальности 42.03.01 «Реклама и  
связи с общественностью»**

*(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)*

**Направленность программы (профиль) «Связи с общественностью»**

*(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))*

## Раздел I. Основная часть

### 1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Копирайтинг в PR» - 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.

#### Задачи дисциплины:

- представить студентам теоретические знания 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.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Копирайтинг в PR» (Б1.ДВ.13.02) относится к блоку №13 дисциплин по выбору РУП по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (бакалавры) профиль подготовки "Связи с общественностью" - ШРБ+д4

#### Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины «Копирайтинг в PR»

На входе студенты должны владеть основами дисциплин «Введение в специальность», «Основы теории коммуникации», «Литература», «Искусство», «История рекламы и связей с общественностью», «Основы риторики», «Основы речевой коммуникации», «Основы брендинга», «Основы дизайна», «Технологии производства в рекламе и связях с общественностью», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга», «Компьютерные технологии в дизайне рекламы», «Основы интегрированных коммуникаций в рекламе», «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций в PR», «Информационные технологии в рекламе и PR», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Управление человеческими ресурсами», «Психология рекламы и PR», «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью», а также дисциплин профиля «Связи с общественностью».

Курс является предшествующим для Профессионально-творческой (ознакомительной) практики, Профессионально-творческой (проектной) практики, Преддипломной практики, Государственной итоговой аттестации.

Таблица № 1

№ п/п	Шифр и наименование компетенций	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группа дисциплин)
1.	<b>Универсальные компетенции</b>		
2.	<b>Общепрофессиональные компетенции</b>		
2.1	ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного	Основы дизайна Технологии производства в рекламе и связях с общественностью Основы речевой коммуникации Основы риторики Основы брендинга	Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация

	языков, особенностями иных знаковых систем	Творческие аспекты PR-деятельности	
	ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью Основы теории коммуникации	Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация
	ОПК-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Основы дизайна История рекламы и связей с общественностью Литература Искусство Основы брендинга Творческие аспекты PR-деятельности	Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация
3.	<b>Профессиональные компетенции</b>		
3.1	ПК-1 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	Основы менеджмента История рекламы и связей с общественностью Технологии производства в рекламе и связях с общественностью Компьютерные технологии в дизайне рекламы Основы интегрированных коммуникаций в рекламе Основы интегрированных коммуникаций в PR Психология рекламы и PR Теория и практика массовой информации Информационные технологии в рекламе и PR Управление человеческими ресурсами Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью Основы брендинга Технологии PR-мероприятий Творческие аспекты PR-деятельности Политический PR Кризисные коммуникации	Профессионально-творческая (ознакомительная) практика Профессионально-творческая (проектная) практика Преддипломная практика Государственная итоговая аттестация
3.2	ПК-2 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009	Основы маркетинга Технологии производства в рекламе и связях с общественностью Компьютерные технологии в дизайне рекламы Основы интегрированных коммуникаций в рекламе	Профессионально-творческая (ознакомительная) практика Профессионально-творческая (проектная) практика Преддипломная

	Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)	Основы интегрированных коммуникаций в PR Информационные технологии в рекламе и PR Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью Основы брендинга Технологии PR-мероприятий Творческие аспекты PR-деятельности Политический PR Кризисные коммуникации	практика Государственная итоговая аттестация
--	--	--	---

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины (ОС РУДН):

**Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:**

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ПК-1 - Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)

ПК-2 - Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

Определение копирайтинга.

Различия между спичрайтингом и копирайтингом.

Роль брифа на написание текстов во взаимодействии с заказчиком.

Структуру брифа для копирайтинга.

Особенности PR-текстов разных видов и жанров, в том числе и особенности целевой аудитории.

Роль копирайтинга в реализации PR-проектов.

**Уметь:**

Работать с креативным брифом на написание рекламного текста.

Писать рекламные тексты на русском языке.

Выбирать PR-текст наиболее оптимальный для реализации цели и целевой аудитории коммуникации.

Писать PR-тексты разных видов и жанров: Пресс-релиз, Приглашение, Бэкграундер, Лист вопросов-ответов, Факт-лист, Биография, Заявление для СМИ, Байлайнер, Поздравление, Письмо, Имиджевая статья, Имиджевое интервью, Кейс-стори, Слоган, Резюме.

Составлять следующие виды комбинированных PR-текстов: Пресс-кит, Буклет, Брошюра, Пресс-ревью.

**Владеть:**

Навыками работы с креативным брифом на написание PR-текста.

Навыками русскоязычной профессионально-деловой коммуникации.

Навыками применения в PR-коммуникации текстов различных видов и различных жанров.

Навыками планирования контента сообщений.

Навыками подготовки к выпуску текстовой PR-продукции.

**4. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	36	36
<b>В том числе:</b>		
<i>Лекции</i>	18	18
<i>Семинары (С)</i>	18	18
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	36	36
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>час.</b>	72
	<b>зач. ед.</b>	2

**5. Содержание дисциплины**

**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
	<b>Раздел 1. Введение</b>	Определение копирайтинга. Границы современного копирайтинга. Спичрайтинг и копирайтинг. Бриф и взаимодействие с заказчиком.
	<b>Раздел 2. Этапы написания и редактирования PR-текста</b>	Этап подготовки содержания теста. Аргументация. Рациональные, иррациональные аргументы. Мифологическая аргументация. Сильные и слабые аргументы. Этап расположения содержания в тексте. Формулы AIDA, AIDCA, ACCA. Заголовок, подзаголовок, основной текст, вывод, эхо-фраза, призыв, P.S. Этап выражения содержания в тексте. Стили русского языка. Особенности публицистического стиля. Выбор слов для текстов. Выбор выразительных средств.
	<b>Раздел 3. Жанры и виды PR-текстов</b>	Первичные рг-тексты: оперативно-новостные жанры, исследовательско-новостные жанры, фактологические и исследовательские жанры, образно-новостные жанры. Комбинированные рг-тексты. Медиатексты. 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.
--	--	--

## 5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семинары	СРС	Всего часов
1	<b>Раздел 1. Введение</b>	2	2			4	8
2	<b>Раздел 2. Этапы написания и редактирования PR-текста</b>	16				16	32
3	<b>Раздел 3. Жанры и виды PR-текстов</b>		16			16	32
	Итого	18	18			36	72

## 6. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум программой курса не предусмотрен.

## 7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
	<b>Раздел 1. Введение</b>	Копирайтинг и его теоретические основания	2
	<b>Раздел 3. Жанры PR-текстов</b>	Характеристика жанров первичных пр-текстов: оперативно-новостные жанры	6
		Характеристика жанров первичных пр-текстов: исследовательско-новостные жанры	6
		Характеристика жанров первичных пр-текстов: фактологические и исследовательские жанры	4
		Характеристика жанров первичных пр-текстов: образно-новостные жанры	4
		Комбинированные пр-тексты	4
		Медиатексты	4
		Смежные тексты	4

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления образовательной деятельности по дисциплине «Копирайтинг в PR» необходимо:

учебные аудитории с рабочими местами для проведения лекций и семинарских

занятий; доска; стационарный персональный компьютер с пакетом Microsoft Office; демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

## **9. Информационное обеспечение дисциплины**

### **а) Windows, MicrosoftOffice, Интернет**

#### **б) Базы данных УНИБЦР РУДН:**

- Электронный каталог – база книг и периодики в фонде библиотеки РУДН.
  - Электронные ресурсы – в том числе раздел: *Лицензированные ресурсы УНИБЦ (НБ):*
  - Университетская библиотека ONLINE
  - Вестник РУДН
- Универсальные базы данных
- eLibrary.ru
  - Grebennikon
  - Электронная библиотека диссертаций РГБ

#### **в) Информационно-справочные и поисковые системы:**

Rambler.ru, Yandex.ru, Google.ru

#### **г) информационные источники по курсу**

Российский PR-портал: <http://www.raso.ru/>

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью:

<http://www.akospr.ru/>

Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>

Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России:

<http://corpmedia.ru/>

Международная ассоциация бизнес-коммуникаторов:

<http://www.communicators.ru/>

Портал sostav.ru

Портал adindex.ru

Портал advertology.ru

## **10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

### **а) основная литература**

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>

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>

### **б) дополнительная литература**

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

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://biblio-online.ru/bcode/433094> (дата обращения: 01.07.2019).

## **11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Дисциплина «Копирайтинг в PR» имеет продолжительность 17 учебных недель.

Изучение дисциплины «Копирайтинг в PR» осуществляется по кредитно-модульной системе и заканчивается итоговым контролем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 акад. часа. Из них аудиторные занятия составляют 51 час, из которых 17 часов – лекции и 34 часа – семинарские занятия.

Формами обучения являются аудиторные занятия и внеаудиторная работа студентов.

Основные формы и методы обучения – это лекции с использованием мультимедийного оборудования как форма подачи базовых теоретических знаний в предметной области, семинарские занятия в диалоговой форме, индивидуальное и групповое консультирование, а также самостоятельная работа студентов.

Проведение семинарских занятий предполагает: устные опросы студентов по темам занятий, изучение образцового опыта написания PR-текстов, написание студентами текста по теме занятия, тестирование, устный коллоквиум по терминам, самостоятельную подготовку пресс-кита по заданию преподавателя.

Внеаудиторная самостоятельная работа студента включает следующие виды деятельности:

- изучение и проработку учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
- конспектирование первоисточников и учебной литературы;
- создание глоссария;
- вопросы для подготовки к семинарам;
- решение case study;
- письменные творческие задания;
- подготовку проекта – пресс-кита;
- подготовку к рубежным аттестациям.

В процессе освоения Программы применяются следующие виды контроля: текущий, рубежный, промежуточный и итоговый.

Текущий контроль проводится в форме опроса, проверки PR-текстов, написанных студентом.

Рубежный контроль осуществляется в форме проверки списков рекомендаций по написанию PR-текстов. Результат рубежной аттестации выражается количеством баллов, набранных студентом.

Промежуточный контроль проводится в форме проверки пресс-кита, разработанного студентом.

Структура и содержание экзамена

К экзамену допускаются студенты, полностью выполнившие программу курса обучения по дисциплине «Копирайтинг в PR».



## 12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Копирайтинг в PR» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН: <https://esystem.rudn.ru/course/view.php?id=905> .

**Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН/ФГОС.**

### Разработчики:

Должность – доцент,  
к.филол.н.,

Ученое звание – доцент  
Должность, название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

Е.А. Кузнецова

инициалы, фамилия

### Руководитель программы:

Зав. каф. Рек. и бизнес-ком.  
Должность, название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

Н.В. Трубникова

инициалы, фамилия

### Заведующий кафедрой:

Зав. каф. Рек. и бизнес-ком.  
Должность, название кафедры

\_\_\_\_\_

подпись

Н.В. Трубникова

инициалы, фамилия