

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания

по выполнению практических работ по дисциплине

Копирайтинг

для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика

направленность (профиль) «Мультимедийная журналистика и цифровые технологии»

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ.....	4

ВВЕДЕНИЕ

Цель **освоения** дисциплины «Копирайтинг» – формирование профессиональных компетенций будущего бакалавра по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- изучение основных принципов копирайтинга: понимание целевой аудитории, разработка уникального торгового предложения и использование правильных стилей и тонов.
- освоение техники написания продающих текстов.
- получение навыков написания речей.
- получение навыка анализа рекламных кампаний и публичных выступлений.

В результате усвоения тем и разделов дисциплины «Копирайтинг», работы на практических занятиях у обучающихся должны сформироваться следующие компетенции:

Индекс	Формулировка:
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие 1

Тема: Основы копирайтинга

Цель занятия: сформировать представление о копирайтинге как сфере деятельности и ее связи с другими сферами общественной жизни, роли журналистика в медиатизации бизнеса и политики.

Актуальность: знание копирайтинга способствует развитию профессиональных компетенций студентов

Теоретическая часть:

Копирайтинг представляет собой искусство и науку создания текстов, которые побуждают читателя к определенным действиям, таким как покупка товара, подписка на рассылку или взаимодействие с брендом. В контексте корпоративных коммуникаций копирайтинг играет ключевую роль, ведь грамотное составление рекламных материалов, пресс-релизов и информационных сообщений способствует формированию имиджа компании и установлению доверительных отношений с клиентами. Копирайтеры используют свой талант для передачи уникальных Sellingpropositions (УТП) и ценностей бренда, тем самым помогая компании отличаться на фоне конкурентов и эффективно доносить своё сообщение до целевой аудитории.

При этом копирайтинг отличается от других форм письменного обмена, таких как журналистика и контент-маркетинг. В то время как журналистика фокусируется на передаче фактов и информации с целью информирования аудитории, а контент-маркетинг ориентирован на создание ценного и полезного контента для формирования доверия и лояльности, копирайтинг направлен исключительно на то, чтобы побудить читателей к конкретным действиям. Задачи копирайтинга включают не только создание положительного имиджа и активное вовлечение аудитории, но и стратегическое позиционирование бренда. По сути, копирайтинг стремится не только сообщить, но и убедить, побуждая потребителей действовать, что делает его незаменимым инструментом в арсенале корпоративного общения.

Вопросы для обсуждения:

1. Определение копирайтинга и его роль в корпоративных коммуникациях.
2. Отличия между копирайтингом и другими формами письма, включая журналистику и контент-маркетинг.
3. Задачи и цели копирайтинга: создание бренда, привлечения аудитории и вовлеченность.

Литература

Основная:

1. Костромина, Е. А. Риторика : учебное пособие : [16+] / Е. А. Костромина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 195 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558> (дата обращения: 14.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3086-0. – DOI 10.23681/272558. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Бобров, А. А. Путь к профессионализму : учебное пособие / А. А. Бобров. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 337 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722> (дата обращения: 14.04.2025). – ISBN 978-5-4458-5736-5. – DOI 10.23681/233722. – Текст : электронный.
2. Желтов, В.В. Публичная политика: понятие, акторы, публичное действие : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 264 с. - ISBN 978-5-8353-1562-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> – Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
3. <http://www.mediascope.ru/> – Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Практическое занятие 2

Тема: Целевая аудитория.

Цель занятия: сформировать представление о целевой аудитории.

Актуальность: знание целевой аудитории способствует развитию профессиональных компетенций студентов

Теоретическая часть:

Определение целевой аудитории для корпоративных сообщений является ключевым этапом в формировании эффективной коммуникационной стратегии. Существует множество методов для его осуществления, включая анализ демографических данных, исследование поведения потребителей и использование социологических опросов. Эффективный подход предполагает как количественные методы, такие как статистический анализ и маркетинговые исследования, так и качественные, например, интервью глубинного характера или фокус-группы. Эти методы помогают не только выявить основные характеристики аудитории, такие как возраст, пол и уровень дохода, но и понять их интересы, предпочтения и потребности. Чем глубже и точнее компания идентифицирует свою целевую аудиторию, тем более эффективными будут её корпоративные сообщения, так как они смогут точно перекликаться с ожиданиями и потребностями клиентов.

После определения целевой аудитории важным шагом становится создание персонажей, которые представляют собой обобщённые образы типичных представителей аудитории. Эти персонажи помогают визуализировать и углубить понимание потребностей и проблем целевой группы, делая сообщения более актуальными и персонализированными. Создавая персонажей, компании могут разработать стилистику и тон сообщений, адаптируя их под конкретные сегменты аудитории. Например, для одной группы клиентов может подойти дружелюбный и неформальный стиль, в то время как для другой — более официальный и нейтральный. Такой подход позволяет устанавливать более тесные связи с клиентами и усиливает доверие к бренду, так как сообщения для разных групп становятся не только релевантными, но и эмоционально значимыми.

Вопросы для обсуждения:

1. Методы определения целевой аудитории для корпоративных сообщений.
2. Создание персонажей (персон) — визуализация и понимание потребностей аудитории.
3. Адаптация стилистики и тона сообщения в зависимости от аудитории..

Литература

Основная:

1. Костромина, Е. А. Риторика : учебное пособие : [16+] / Е. А. Костромина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 195 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558> (дата обращения: 14.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3086-0. – DOI 10.23681/272558. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Бобров, А. А. Путь к профессионализму : учебное пособие / А. А. Бобров. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 337 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722> (дата обращения: 14.04.2025). – ISBN 978-5-4458-5736-5. – DOI 10.23681/233722. – Текст : электронный.

2. Желтов, В.В. Публичная политика: понятие, акторы, публичное действие : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 264 с. - ISBN 978-5-8353-1562-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232665>

Интернет-ресурсы:

4. <http://e.lanbook.com> – Электронно-библиотечная система «Лань».
5. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
6. <http://www.mediascope.ru/> – Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Практическое занятие 3

Тема: Эффективные заголовки и подзаголовки: принципы и практика.

Цель занятия: сформировать представление о принципах создания эффективных заголовков.

Актуальность: знание принципов создания эффективных заголовков способствует развитию профессиональных компетенций студентов

Теоретическая часть:

Психология заголовков играет ключевую роль в привлечении внимания читателя, так как именно они формируют первое впечатление о содержании текста. Заголовок должен быть не только информативным, но и эмоционально привлекательным, вызывающим интерес и желание прочитать дальше. Использование различных тактик, таких как задавание вопросов, обещание решения проблемы или использование мощных глаголов, может значительно повысить его эффективность. Психологические триггеры, такие как любопытство, экстренность или уникальность, способны захватить внимание аудитории и побудить её к действию. Это создает личное вовлечение, которое может стать решающим фактором в выборе контента. Кроме того, важно помнить о том, что заголовок должен соответствовать стилю и тону всего материала, что способствует его органичному восприятию читателями.

Второй аспект, касающийся использования ключевых слов и фраз, напрямую связан с улучшением SEO, что является основополагающим в современном цифровом маркетинге. Оптимизированные заголовки помогают не только в привлечении внимания, но и в повышении шансов на их нахождение в поисковых системах. Эффективные заголовки используют релевантные ключевые слова, которые читатели, скорее всего, введут в поисковые запросы. Это требует глубокого анализа целевой аудитории и их интересов, чтобы выбрать наиболее подходящие и популярные термины. На практике, создание заголовков можно улучшить, анализируя успешные примеры, что позволяет выявить общие паттерны и техники, которые работают. Попробовав создать собственные заголовки, следует учитывать их выразительность, жанр, стиль и SEO-показатели, чтобы максимально эффективно соединить интересы читателей с требованиями поисковых систем.

Вопросы для обсуждения:

1. Психология заголовков: как привлечь внимание читателя.
2. Использование ключевых слов и фраз для улучшения SEO.
3. Практика написания заголовков: анализ успешных примеров и создание собственных.

Литература

Основная:

1. Костромина, Е. А. Риторика : учебное пособие : [16+] / Е. А. Костромина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 195 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558> (дата обращения: 14.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3086-0. – DOI 10.23681/272558. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Бобров, А. А. Путь к профессионализму : учебное пособие / А. А. Бобров. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 337 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722> (дата обращения: 14.04.2025). – ISBN 978-5-4458-5736-5. – DOI 10.23681/233722. – Текст : электронный.

2. Желтов, В.В. Публичная политика: понятие, акторы, публичное действие : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 264 с. - ISBN 978-5-8353-1562-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232665>

Интернет-ресурсы:

7. <http://e.lanbook.com> – Электронно-библиотечная система «Лань».
8. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
9. <http://www.mediascope.ru/> – Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Практическое занятие 4

Тема: Структура эффективного текста: создание смыслового каркаса.

Цель занятия: сформировать представление о структуре эффективного текста.

Актуальность: знание принципов создания смыслового каркаса способствует развитию профессиональных компетенций студентов

Теоретическая часть:

Для успешного написания текста, будь то статья, эссе или продающий документ, крайне важно понимать его структуру, которая включает введение, основную часть и заключение. Введение должно привлекать внимание читателя и четко формулировать основную идею, предоставляя контекст и создавая ожидание. Основная часть является сердцевиной текста, где глубже раскрываются темы и аргументы, поддерживающие основное сообщение. В заключении необходимо подвести итоги, суммируя важные моменты и оставляя у читателя ясное представление о предметной области, а также эмоциональный отклик.

При создании успешного продающего текста особое внимание следует уделить его структуре и элементам, таким как заголовок, подзаголовок, основное сообщение и призыв к действию. Заголовок должен быть цепляющим и отражать суть предложения, тогда как подзаголовок служит дополнительным уточнением, привлекающим внимание к деталям. Главное сообщение должно четко и ясно донести ценностное предложение, а призыв к действию является конечным элементом, побуждающим читателя к активным действиям. Важно также учитывать, что логическая связность и последовательность в подаче информации позволяют читателю легко воспринимать содержание, в то время как методики организации текста, такие как "пирамида" или "вопрос-ответ", помогают структурировать информацию таким образом, чтобы она была понятной и легко воспринимаемой. Использование этих подходов способствует созданию текстов, которые не только информативны, но и эффективны в достижении поставленных целей.

Вопросы для обсуждения:

1. Понимание структуры текста: введение, основная часть и заключение.
2. Структура и элементы успешного продающего текста: заголовок, подзаголовок, основное сообщение и призыв к действию.
3. Важность логической связности и последовательности в подаче информации.
4. Методики, такие как "пирамида" или "вопрос-ответ", для организации содержания.

Литература

Основная:

1. Костромина, Е. А. Риторика : учебное пособие : [16+] / Е. А. Костромина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 195 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558> (дата обращения: 14.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3086-0. – DOI 10.23681/272558. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Бобров, А. А. Путь к профессионализму : учебное пособие / А. А. Бобров. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 337 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722> (дата обращения: 14.04.2025). – ISBN 978-5-4458-5736-5. – DOI 10.23681/233722. – Текст : электронный.
2. Желтов, В.В. Публичная политика: понятие, акторы, публичное действие : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 264 с. - ISBN 978-5-8353-1562-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232665>

Интернет-ресурсы:

10. <http://e.lanbook.com> – Электронно-библиотечная система «Лань».
11. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
12. <http://www.mediascope.ru/> – Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Практическое занятие 5

Тема: Психология влияния в копирайтинге.

Цель занятия: сформировать представление о психологии влияния в копирайтинге.

Актуальность: знание принципов психологии в копирайтинге способствует развитию профессиональных компетенций студентов

Теоретическая часть:

Манипуляция сознанием читателя является искусством, находящим широкое применение в области журналистики, рекламы и литературы. Основные принципы и приемы манипуляции включают создание определенной структуры текста, использование развивающихся сюжетов и нарастание эмоций. К примеру, авторы могут активно использовать методы дразнения или недосказанности, оставляя за собой интригу и порождая у читателя желание узнать продолжение, или используют социальное доказательство, ссылаясь на мнения «экспертов» или «друзей», чтобы убедить аудиторию в правоте своих утверждений. Эти приемы работают, потому что они активизируют когнитивные и эмоциональные механизмы, заставляя читателя воспринимать информацию более персонально и активно увлекая его в процесс.

Эмоциональные аспекты играют ключевую роль в создании подключения с аудиторией. Для этого авторы используют язык, насыщенный метафорами и образами, вызывающими у читателя яркие ассоциации и чувства. Например, в рекламных текстах часто обращаются к потребностям и желаниям, такие как стремление к счастью, любви

или принятию в обществе, создавая таким образом ощущение близости и понимания. Практика применения психологии в рекламных сообщениях основывается на анализе эмоциональных триггеров, которые могут активно влиять на поведение потребителей. Рекламодатели применяют такие техники, как создание дефицита или использование привлекательных образов, чтобы вызвать у перспективного покупателя желание приобрести продукт. Все эти элементы сочетаются, создавая мощный инструмент влияния на поведение и восприятие аудитории.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные принципы и приемы манипуляции сознанием читателя.
2. Использование эмоциональных аспектов: как создавать подключение с аудиторией.
3. Практика применения психологии в рекламных текстах и сообщениях.

Литература

Основная:

1. Костромина, Е. А. Риторика : учебное пособие : [16+] / Е. А. Костромина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 195 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558> (дата обращения: 14.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3086-0. – DOI 10.23681/272558. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Бобров, А. А. Путь к профессионализму : учебное пособие / А. А. Бобров. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 337 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722> (дата обращения: 14.04.2025). – ISBN 978-5-4458-5736-5. – DOI 10.23681/233722. – Текст : электронный.
2. Желтов, В.В. Публичная политика: понятие, акторы, публичное действие : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 264 с. - ISBN 978-5-8353-1562-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232665>

Интернет-ресурсы:

13. <http://e.lanbook.com> – Электронно-библиотечная система «Лань».
14. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
15. <http://www.mediascope.ru/> – Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Практическое занятие 6

Тема: Искусство публичных выступлений: подготовка спича

Цель занятия: сформировать представление о специфике публичных выступлений.

Актуальность: знание принципов публичных выступлений способствует развитию профессиональных компетенций студентов

Теоретическая часть:

Подготовка успешного спича требует внимательного подхода и включает несколько ключевых этапов. Первым и наиболее важным является исследование темы, которое позволяет спикеру глубже понять материал и сформулировать свои идеи. Здесь следует не только собрать информацию, но и проанализировать её, выявить главные аспекты, которые будут интересны и актуальны для целевой аудитории. Затем наступает этап структурирования, когда необходимо логически организовать собранные данные в ясную и последовательную структуру: введение, основная часть и заключение. Четкая структура не только помогает спикеру оставаться на правильном пути во время выступления, но и облегчает восприятие информации для слушателей. Завершающим этапом является репетиция, которая позволяет не просто запомнить текст, но и отработать

интонацию, жесты и другие элементы презентации, что делает её более уверенной и профессиональной.

Невербальная коммуникация и выразительность играют важную роль в восприятии спича. Исследования показывают, что до 90% информации воспринимается именно через невербальные сигналы, такие как мимика, жесты и позы. Поэтому важно осознанно использовать эти средства для передачи эмоций и подчеркивания ключевых моментов. Взаимодействие со слушателями также включает в себя зрительный контакт, который помогает установить связь и удерживать внимание аудитории. Для того чтобы успешно управлять своим волнением, полезно применять техники глубинного дыхания и визуализации, которые помогают расслабиться перед выступлением. Важно понимать, что волнение — это естественное состояние, и даже самые опытные спикеры его испытывают. Налаживание взаимодействия с аудиторией, например, с помощью вопросов или вовлечения слушателей в обсуждение, помогает переключить внимание с собственного волнения на общение с залом, делая выступление более динамичным и запоминающимся.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные этапы подготовки спича: исследование темы, структурирование и репетиция.
2. Важность невербальной коммуникации и выразительности во время выступления.
3. Как управлять своим волнением и взаимодействовать с аудиторией.

Литература

Основная:

1. Костромина, Е. А. Риторика : учебное пособие : [16+] / Е. А. Костромина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 195 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558> (дата обращения: 14.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3086-0. – DOI 10.23681/272558. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Бобров, А. А. Путь к профессионализму : учебное пособие / А. А. Бобров. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 337 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722> (дата обращения: 14.04.2025). – ISBN 978-5-4458-5736-5. – DOI 10.23681/233722. – Текст : электронный.
2. Желтов, В.В. Публичная политика: понятие, акторы, публичное действие : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 264 с. - ISBN 978-5-8353-1562-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232665>

Интернет-ресурсы:

16. <http://e.lanbook.com> – Электронно-библиотечная система «Лань».
17. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
18. <http://www.mediascope.ru/> – Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

Практическое занятие 7

Тема: Стратегии создания запоминающихся образов и метафор в спичах.

Цель занятия: сформировать представление о стратегиях создания запоминающихся образов и метафор в спичах.

Актуальность: знание принципов создания запоминающихся образов и метафор в спичах способствует развитию профессиональных компетенций студентов

Теоретическая часть:

Использование метафор в речи основано на ряде принципов, которые помогают сделать информацию более доступной и убедительной. Во-первых, метафоры позволяют создать яркие и запоминающиеся образы, которые облегчают понимание сложных концепций и идей. Например, сравнение чего-то абстрактного с привычными предметами или явлениями может помочь аудитории с легкостью усвоить новый материал. Важно, чтобы метафоры были уместными и понятными для целевой аудитории, а также чтобы они не перегружали речь. Следует избегать слишком сложных или редких образов, которые могут запутать слушателей, а вместо этого использовать простые и интуитивно понятные сравнения. Кроме того, метафоры могут быть организованы в систему, где несколько образов перекликаются друг с другом, создавая целостное восприятие темы. Это способствует повышению эмоционального отклика и способствует более глубокому вовлечению аудитории в содержание выступления.

Разработка индивидуального стиля в речи включает в себя не только выбор метафор, но и формирование уникальной манеры изложения материала, которая отражает личность спикера. Это может быть достигнуто через использование определенной лексики, речевых оборотов и темпа, а также через внедрение личных историй и примеров, которые делают речь более живой и аутентичной. При этом важно учитывать, что визуальные и эмоциональные ассоциации играют ключевую роль в восприятии сообщения. Визуальные образы могут помочь аудитории лучше запомнить информацию, а эмоциональные ассоциации создают глубокую связь между слушателями и тем, что они слышат. Чем больше эмоциональных и визуальных элементов будет включено в речь, тем выше вероятность, что информация останется в памяти и станет основой для дальнейших размышлений и действий. Таким образом, индивидуальный стиль, сочетающий в себе метафорическое мышление и художественную образность, способен сделать выступление поистине незабываемым.

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы использования метафор.
2. Разработка индивидуального стиля.
3. Визуальные и эмоциональные ассоциации в речи.

Литература

Основная:

1. Костромина, Е. А. Риторика : учебное пособие : [16+] / Е. А. Костромина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 195 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558> (дата обращения: 14.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3086-0. – DOI 10.23681/272558. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Бобров, А. А. Путь к профессионализму : учебное пособие / А. А. Бобров. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 337 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722> (дата обращения: 14.04.2025). – ISBN 978-5-4458-5736-5. – DOI 10.23681/233722. – Текст : электронный.

2. Желтов, В.В. Публичная политика: понятие, акторы, публичное действие : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 264 с. - ISBN 978-5-8353-1562-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232665>

Интернет-ресурсы:

19. <http://e.lanbook.com> – Электронно-библиотечная система «Лань».
20. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

Практическое занятие 8

Тема: Анализ успешных кейсов копирайтинга и спичрайтинга

Цель занятия: сформировать представление о методах анализа успешных кейсов копирайтинга и спичрайтинга.

Актуальность: знание принципов анализа успешных кейсов копирайтинга и спичрайтинга способствует развитию профессиональных компетенций студентов

Теоретическая часть:

Когда речь заходит о успешных рекламных кампаниях и выступлениях, важно отметить, что ключевыми факторами их успеха являются четкое понимание целевой аудитории, креативный подход и использование мощных эмоций для создания связи с людьми. Примером может служить кампания #LikeAGirl от Always, где креативный таргетинг на молодежь и обсуждение темы самооценки женщин позволили сломать стереотипы и вызвать широкий общественный резонанс. Также стоит вспомнить выступления таких ораторов, как Стив Джобс, чьи презентации продуктов Apple отличались лаконичностью и наглядностью. Он всегда подчеркивал ключевое сообщение, используя визуальные элементы и истории, что делало его выступления запоминающимися и вдохновляющими. Эти примеры показывают, как сочетание глубокого понимания аудитории и эмоционального контента может привести к невероятным результатам в любых коммуникациях.

Для выявления ключевых элементов успеха необходимо проанализировать стиль, структуру и подачу сообщения. Успешные кампании и выступления часто имеют четкую структуру, которая включает ввод, основную часть и заключение, где каждая часть логически переходит в следующую, ведя слушателя или зрителя к осознанию важности сообщения. Стиль изложения должен соответствовать идентичности бренда и целевой аудитории, а подача — вызывать интерес и удерживать внимание. Изучая примеры неудач в копирайтинге и спичрайтинге, можно извлечь важные уроки о том, что недостаток фокуса может привести к потере интереса, а чрезмерная сложность — к непониманию. Часто ошибки происходят из-за игнорирования потребностей аудитории или отсутствия эмоциональной связи. Анализируя эти неудачи, специалисты могут улучшить свои навыки, учась на ошибках, адаптируя подходы и применяя более эффективные методы в будущем.

Вопросы для обсуждения:

1. Примеры успешных рекламных кампаний и выступлений.
2. Как выявить ключевые элементы успеха: стиль, структура, подача.
3. Уроки, которые можно извлечь из анализа ошибок и неудач в копирайтинге и спичрайтинге.

Литература

Основная:

1. Костромина, Е. А. Риторика : учебное пособие : [16+] / Е. А. Костромина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 195 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558> (дата обращения: 14.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3086-0. – DOI 10.23681/272558. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Бобров, А. А. Путь к профессионализму : учебное пособие / А. А. Бобров. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 337 с. – Режим доступа: по подписке. – URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722> (дата обращения: 14.04.2025). – ISBN 978-5-4458-5736-5. – DOI 10.23681/233722. – Текст : электронный.

2. Желтов, В.В. Публичная политика: понятие, акторы, публичное действие : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 264 с. - ISBN 978-5-8353-1562-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232665>

Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> – Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
3. <http://www.mediascope.ru/> – Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ
УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Копирайтинг»

для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика направленность (профиль)
«Корпоративные медиакоммуникации»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение
2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины
3. План-график выполнения самостоятельной работы
4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала
5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)
6. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций

1. Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Копирайтинг» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика.

Цель дисциплины «Копирайтинг» – формирование профессиональной компетенции: способности осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение основных принципов копирайтинга: понимание целевой аудитории, разработка уникального торгового предложения и использование правильных стилей и тонов.
- освоение техники написания продающих текстов.
- получение навыков написания речей.
- получение навыка анализа рекламных кампаний и публичных выступлений.

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Копирайтинг»

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Копирайтинг» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующей компетенции:

Индекс	Формулировка:
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Копирайтинг» – научить студента осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом, научной информацией по дисциплине, актуальными исследованиями, а также привить навыки самостоятельной реализации журналистских проектов, основанных на данных.

Задачи самостоятельной работы:

- систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения студентов;
- развить познавательные способности и активность студентов: творческую инициативу, самостоятельность, ответственность и организованность;
- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебной деятельности проблем и вопросов;
- повысить уровень подготовленности к самостоятельной работе в соответствии с содержанием дисциплины.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине, изучение научных публикаций;
- работа с электронными ресурсами в сети Интернет;
- подготовка к практическим занятиям;

- презентация проекта.

3. План-график выполнения самостоятельной работы

Коды реализуемых компетенций, индикатора (ов)	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
6 семестр					
ИД-1 ПК-1; ИД-2 ПК-1.	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование	18	2	20
ИД-1 ПК-1; ИД-2 ПК-1.	Подготовка сообщения круглого стола, проработка дискуссионных тем круглого стола	Оценка участия в дискуссии круглого стола	18	2	20
ИД-1 ПК-1; ИД-2 ПК-1.	Выполнение разноуровневых заданий	Анализ разноуровневых заданий	18	2	20
Итого за 6 семестр			54	6	60
Итого			54	6	60

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

Самостоятельная работа рассчитана на разные уровни мыслительной деятельности. Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе научной деятельности.

4. Контрольные точки и виды отчетности по ним

Контроль самостоятельной работы проводится преподавателем в аудитории. Контрольные точки выставляются по итогам работы на занятиях по определенным темам, с учетом выполненной до конкретного занятия самостоятельной работы. График сдачи контрольных точек:

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
6 семестр			
1	Контрольная точка. Собеседование	8 неделя	25
2	Контрольная точка. Выполнение разноуровневых заданий	15 неделя	30
	Итого за 6 семестр:		55
	Итого:		55

Предусмотрены следующие виды контроля: оценка участия в подготовке и проведении круглых столов.

Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

5. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Чтение основной и дополнительной литературы по дисциплине.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, сделанного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация.

Список литературы, необходимой для подготовки к практическим занятиям и лабораторным работам, круглым столам указан в методических рекомендациях к практическим занятиям. При изучении материала рекомендуется конспектировать основные идеи, составлять схемы, таблицы.

Конспектирование научно-исследовательской литературы

При изучении рекомендованных научных публикаций рекомендуется составление краткого конспекта. Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Часть ресурсов указывается в методических указаниях к практическим и лабораторным работам. Особое внимание стоит уделить поиску в электронных библиотечных системах. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию учебных материалов.

6. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Процедура проведения презентации индивидуальных творческих проектов состоит из следующих этапов:

1. Получение темы проекта от преподавателя;
2. Подготовка содержания
3. Подготовка презентации
4. Защита проекта.

При формулировке темы творческих проектов предполагается, что каждая тема может быть раскрыта как в рамках базового, так и в рамках продвинутого уровней. Главное отличие повышенного уровня состоит **в высокой самостоятельности студента, который дает не шаблонное, а творческое решение предложенной задачи.**

Критерии оценивания проектов:

1. Последовательное выполнение предложенных алгоритмов.
2. Выбор и использование методов и приемов.
3. Творческое решение поставленной задачи
4. Анализ процесса и результата.

5. Личное участие

7. Список рекомендуемой литературы

7.1. Основная:

1. Костромина, Е. А. Риторика : учебное пособие : [16+] / Е. А. Костромина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – 195 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558> (дата обращения: 14.04.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3086-0. – DOI 10.23681/272558. – Текст : электронный.

7.2. Дополнительная:

1. Бобров, А. А. Путь к профессионализму : учебное пособие / А. А. Бобров. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 337 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722> (дата обращения: 14.04.2025). – ISBN 978-5-4458-5736-5. – DOI 10.23681/233722. – Текст : электронный.

2. Желтов, В.В. Публичная политика: понятие, акторы, публичное действие : учебное пособие / В.В. Желтов, М.В. Желтов. - Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. - 264 с. - ISBN 978-5-8353-1562-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232665>

7.3. Методическая литература:

1. Копирайтинг: методические указания по выполнению практических работ / сост. Шевцова Д.А. – Ставрополь: СКФУ, 2025. [Электронный ресурс]

2. Копирайтинг: методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов / сост. Шевцова Д.А. – Ставрополь: СКФУ, 2025. [Электронный ресурс]

7.4. Интернет-ресурсы:

1. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань».
2. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
3. <http://www.mediascope.ru/> - электронный научный журнал факультета журналистики