Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 19.06.2024 10:58:16
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7a872e79a740e849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	**Digital-копирайтинг**
Содержание	Понятие копирайтинга. Основные виды копирайтинга. Задачи копирайтера в системе новых медиа Базовые принципы работы с коммерческим текстом Целевая аудитория копирайтера. Подходы к определению целевой аудитории копирайтера. Источники информации о целевой аудитории. Сегментирование целевой аудитории Аргументация в коммерческом тексте. Понятие «полезного действия» в копирайтинге. Виды полезного действия Структура коммерческого текста. Формулы составления коммерчески текстов Сторителлинг в коммерческих текстах Информативность в коммерческом тексте. Стилистические приемы работы с коммерческим текстом Понятие «Визуального повествования». Принципы визуального повествования
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта.
Трудоемкость, з.е.	4
Формы отчетности	Зачет с оценкой в 7 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Ильяхов, М. Пиши, сокращай / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 439 с. 2. Панда П. Тексты, которым верят. – СПб: ПИТЕР, 2019. – 256 с. 3. Каплунов, Денис. Бизнес-копирайтинг. Как писать серьезные тексты для серьезных людей / Денис Каплунов. — М. : Манн, Иванов и Фербер. 2015. — 400 с.
Дополнительная литература	1. Пономарева, А.М. Креатив и копирайтинг : учебник : [16+] / А.М. Пономарева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – 2-е изд., испр. и доп. – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 268 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146 2. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. – (Бизнес-класс). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458 3. Симмонс А. Сторителлинг. Как использовать силу историй. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012