

Тема 1: Копирайтинг как научно-практическая дисциплина.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

***Основные понятия:** копирайтинг, копирайтер, рерайтинг, виды копирайтинга*

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Составить профессиограмму копирайтера.

Закон и этика в рекламном деле.

Дискуссия «Междисциплинарный характер копирайтинга».

Группа делится на подгруппы, каждая из которых готовит аргументы в защиту своей точки зрения на проблему. Студенты моделируют проблемные ситуации, составляют вопросы для своих оппонентов. Выступают представители разных подгрупп. Происходит блиц-обмен вопросами, проигрывание проблемных ситуаций. Результатом является выработка итогового соглашения.

***Литература:** [1 — С. 3-133; 2 — С. 76-77; 4 — С.187-209; 5 — С.5-24; 6 — С. 6-25].*

Тема 2: Стратегия продаж в тексте.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

***Основные понятия:** формулы продаж, усилители призыва, AIDA, Pain-More Pain-Hope-Solution*

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Составить продающие тексты по модели AIDA.

Составить продающие тексты по модели Pain-More Pain-Hope-Solution.

Разработать мини-проект «Креативная стратегия по моделям AIDA/Pain-More Pain-Hope-Solution».

В ходе работы над проектом студенты изучают литературу по теме, анализируют существующие образцы и разрабатывают собственную креативную стратегию рекламы воображаемого товара по моделям AIDA и Pain-More Pain-Hope-Solution. После чего презентуют ее. Результатом является обобщение представленных материалов и выработка на их основе алгоритма составления креативной стратегии.

***Литература:** [1 — С. 4-16; 3 — С. 4-9; 18-23,27-35; 4 — С.137-141; 6 — С.60-84, 131-160].*

Тема 3: Структура текста на уровне статьи.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

***Основные понятия:** структура текста, его цели и задачи, заголовки и подзаголовки, виды заголовков - назывные и транзитивные, продающие заголовки по формуле 4U.*

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Проанализировать 5 интернет текстов (новость, статья, репортаж, очерк, продающий текст), выделить их структуру, цели и задачи.

Составить 10 назывных заголовков.

Составить транзитивных заголовков.

Составить 20 продающих заголовков по формуле 4U: Useful, Ultra-specific, Urgent, Unique.

Литература: [1 — С. 4-16; 3 — С. 4-9, 18-23, 27-35; 4 — С.137-141; 5 — С.233-310; 6 — С.26-43].

Тема 4: Слоган как рекламная константа

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

Основные понятия: слоган, типы слоганов (товарные и корпоративные слоганы; слоганы широкого и узкого применения; эмоциональные и рациональные слоганы; суррогатные слоганы), параметры ценности слогана, 9 шагов создания слогана.

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Составить 10 слоганов согласно пошаговой программе.

Выполнить творческую работу по теме: «Художественные приемы русской слоганистики» (Созвучие. Ритм. Рифма. Живопись словом. Игра слов. Каламбур. Слова-матрешки. Сознательные ошибки. Синтаксис).

Студенты готовят доклады по теме творческой работы, изучают литературу по теме, собирают эмпирический материал (известные слоганы). Анализируют собранный материал.

Результатом является презентация с иллюстрацией художественных приемов русской слоганистики.

Литература: [7 — С. 4-172].

Тема 5: Работа над текстом. Стоп слова.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

Основные понятия: стоп-слова, категории стоп-слов, вводные конструкции, усилители, оценка, штампы, паразиты времени, местоимения, отглагольные, неопределенные существительные, эвфемизмы, канцеляризм.

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Найти по 10 примеров, иллюстрирующих применение стоп-слов в каждой категории.

Тренинг «Составление рекламных текстов для телевизионной и Радиорекламы».

Поиск и сбор материала по теме: чтение литературы, просмотр рекламных роликов, прослушивание радиорекламы. Анализ и обобщение собранного материала. Создание собственного сценария Представление и оценка созданных слушателями сценариев.

Результатом является совместная выработка руководства, на основе полученного опыта, по составлению сценария аудио/видео рекламы.

Литература: [1 — С. 4-16; 3 — С. 4-9; 18-23,27-35; 5 — С.30-217; 6 — С.44-60].

Тема 6: Основы брифологии.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

Основные понятия: бриф, способы его составления, разделы клиентского брифа: background, target audience, objectives, insight, budget, period,

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Деловая игра “Бриф и рекламная стратегия”.

В ходе деловой игры студенты разрабатывают бриф и проект рекламной стратегии воображаемого товара (решение о покупке, рассказ о продукте, текст о компании и себе,

регалии, сопроводительное письмо), анализируют существующие образцы аннотаций и рекламных стратегий.

Результатом является предоставление и оценка составленных студентами проектов.

Литература: [5 — С.315-399].

Тема 7: Оперативные PR- документы.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

Основные понятия: PR-документы, пресс-релиз, формула SOLAADS, красная папка кризисного реагирования.

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Разработать 10 пресс-релизов по формуле SOLAADS.

Заполнить «Красную папку кризисного реагирования («Red folder»).

Литература: [3 — С. 84-124].

Тема 8: Имиджевые корпоративные документы.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

Основные понятия: имиджевые корпоративного издания, их структура, виды имиджевых корпоративных документов: годовой отчет, брошюра, корпоративная газета, спонсорский пакет.

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Разработать и проанализировать различные виды имиджевых корпоративных документов: годовой отчет, брошюра, корпоративная газета, спонсорский пакет.

Литература: [3 — С. 195-211].

Тема 9: Интернет-копирайтинг.

Опрос по пройденному теоретическому материалу.

Основные понятия: интернет-копирайтинг, тематический текст, ключевики, жесткий SEO копирайтинг.

Выполнить:

Систематизировать и закрепить знания по теме.

Разработать продающие тексты для коммерческих сайтов.

Литература: [2 — С. 146-155, 4 — С. 215-226].