МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ

ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ

«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ

КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»

### Спецкурс «Копирайтинг»

Вопросы к ЗаЧЕТУ

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Специализация «Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения: дневная

Текущий контроль знаний студентов выполняется в виде тестовых и контрольных вопросов, предлагаемых студентам в течение семестра несколько раз. Цель такого контроля заключается в анализе текущей успеваемости, выведении контрольной точки при рейтинговой системе, корректировке работы преподавателя.

Студентам предлагается группа вопросов или тестов, на которые даются письменные ответы. Периодичность проведения контрольных работ или тестов зависит от объема информации и в среднем проводится через каждые две лекции.

**Вопросы на зачет**

1. Определение копирайтинга. Виды копирайтинга.
2. Информационный стиль. Его особенности.
3. Профессиограмма копирайтера.
4. Кодекс правил профессионального поведения пиарщика.
5. Упрощение. Стоп-слова и их категории. (Вводные конструкции. Усилители. Оценка. Штампы. Паразиты времени. Местоимения. Отглагольные. Неопределенные существительные. Эвфемизмы. Канцеляризмы. Ложь).
6. Упрощение. Грамматическая основа. Однородные члены. Синтаксис. Абзацы.
7. Анализ аудитории, целей и задач текста.
8. Структура продающего текста: обязательные элементы.
9. Модели построения продающих текстов: AIDA и Pain-More Pain-Hope-Solution.
10. Способы построения доверия. Усилители призыва: Подарок. Ограничения. Тающая скидка. Честность и доверие.
11. Основы брифологии. Основная цель брифа, способы его составления (дистанционный и диалоговый).
12. Основные разделы клиентского брифа: Background, Target Audience (описание целевой аудитории), Objectives (цели и задачи), Insight (Инсайт), Budget (бюджет), Period (сроки).
13. Написание брифа по схеме: Решение о покупке. Рассказ о продукте. Текст о компании и себе. Регалии. Сопроводительное письмо. Вранье. Главный секрет.
14. Слоганистика. Слоган как рекламная константа. Как работает слоган. Творческий кодекс слоганиста. Параметры ценности слогана.
15. Типы слоганов (Товарные и корпоративные слоганы. Слоганы широкого и узкого применения. Эмоциональные и рациональные слоганы. Суррогатные слоганы).
16. Художественные приемы русской слоганистики (Созвучие. Ритм. Рифма. Живопись словом. Игра слов. Каламбур. Слова-матрешки. Сознательные ошибки. Синтаксис).
17. Девять шагов создания слогана (задание, сбор информации, рекламная идея, составление активного словаря, художественные приемы, написание слоганов, обработка, естественный отбор).
18. Общие требования к подготовке оперативных рабочих информационных документов. Определение press relations и их виды.
19. Как писать релизы. Формула из семи составляющих (SOLAADS). Преимущества SOLAADS.
20. «Красная папка кризисного реагирования («Red forlder»)».
21. Общие требования к подготовке имиджевых корпоративных документов. В**иды имиджевых корпоративных документов. Основные цели корпоративного издания.**
22. **Типовая структура корпоративного издания и** общие требования к подготовке такого издания.
23. Интернет-копирайтинг. Рерайтинг текстов. Тематический текст. Ключевики. Жесткий SEO копирайтинг.
24. Продающий текст для коммерческих сайтов. [Основной признак эффективного продающего текста](http://www.rabotainternet.com/school/17-urok7-1-effektivnyj-prodajuschij-text.html).
25. Заголовок продающего текста.