

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 ЭКЗАМЕНУ**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Специализация «Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения: дневная

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. Канцеляризм. 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-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 folder»).
21. Общие требования к подготовке имиджевых корпоративных документов. Виды 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.
25. Заголовок продающего текста.