

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Д. Б. Луговой

КОПИРАЙТИНГ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профили: «Реклама в системе массовых коммуникаций»,
«PR в государственных и бизнес-структурах»

Бакалавриат

Ставрополь
2017

УДК 659.123.007 (075.8)
ББК 76.006.5 я73
Л 83

Печатается по решению
редакционно-издательского совета
Северо-Кавказского федерального
университета

Рецензенты:

канд. филол. наук, доцент *О. А. Ганжара*,
коммерч. директор АО «Регион Медиа» *О. В. Бондаренко*

Луговой Д. Б.

Л 83 **Копирайтинг:** учебное пособие. – Ставрополь: Изд-во
СКФУ, 2017. – 131 с.

Пособие соответствует требованиям ФГОС ВО и программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», представляет собой курс лекций, способствующих подготовке специалистов, владеющих теорией и первичными практическими навыками работы с текстами коммерческих коммуникаций: сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.

Пособие адресовано для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профилей: «Реклама в системе массовых коммуникаций», «PR в государственных и бизнес-структурах», а также для преподавателей вузов и всех заинтересованных в данной проблеме.

УДК 659.123.007 (075.8)
ББК 76.006.5 я73

© ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский
федеральный университет», 2017

Содержание

Предисловие	4
1. Предмет, структура и история курса	7
2. Печатный рекламный текст: структура, создание и внедрение в жизнь рекламного проекта	20
3. Рекламное сообщение как продукт деятельности копирайтера	38
4. Порождение и экспертиза имени бренда в рекламе	56
5. Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения	69
6. Основной текстовый рекламный блок	87
7. Тексты радиорекламы и на ТВ	104
Заключение	127
Литература	129

Предисловие

Актуальность копирайтинга объясняется постоянно усиливающейся конкурентной борьбой между производителями товаров и услуг. В связи с огромным количеством однотипных предложений привлечь внимание клиентов становится все сложнее. Для этого уже недостаточно контролировать качество продукции или устанавливать выгодные цены. Для роста продаж необходимы новые эффективные рычаги.

Выделить продукт на фоне аналогичных товаров конкурентов помогают рекламные, продающие и презентационные тексты. Профессиональный копирайтер описывает продукцию и продавца так, чтобы именно они заинтересовали потенциальных покупателей.

Целью преподавания дисциплины является подготовка специалиста, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами коммерческих коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании.

Образовательная цель предполагает дальнейшее развитие кругозора на основе усвоения совокупности сведений о структуре текста, основных этапах развития и методов коммуникации.

Развивающая цель предусматривает развитие языковых, интеллектуальных и познавательных способностей.

Воспитательная цель заключается в поддержании интереса к учению, стремления совершенствовать уже имеющиеся теоретические знания и практические навыки.

Задачи изучения дисциплины:

- дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;
- определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
- познакомить с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления;
- сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании;

– познакомить с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела.

– научить анализировать рекламные тексты, появляющиеся в местных средствах массовой информации;

– сформировать навыки критического анализа рекламных компаний, проходящих в регионе и научить особо выделять в них работу копирайтеров, ее сильные и слабые стороны;

– сформировать базовые практические навыки разработки вербальной части рекламных коммуникаций.

Курс рассчитан на один семестр (4) и включает курс лекций (14 часов). Отчетность: экзамен в 4 семестре.

Связь с предшествующими дисциплинами. Данная дисциплина опирается на фоновые знания студентов, полученные в ходе предыдущего образования.

Связь с последующими дисциплинами. Освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее для таких теоретических дисциплин, как «Политическая реклама», «SMM-технологии», а также для практики, Государственной итоговой аттестации, научно-исследовательской работы.

Особенностью авторского подхода к изложению учебного материала является то, что учебный материал систематизирован, переработан и представлен в доступной форме.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих *компетенций*:

ОПК-3 – обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга;

ПК-8 – способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- основные категории копирайтинга;
- жанровые модели копирайтерского текстов;
- этапы подготовки материалов публичного выступления для первого лица и написания рекламного текста;
- способы и приемы усиления внимания аудитории;
- методы активизации творческого мышления;

уметь:

- правильно и логично оформлять свои мысли в устной и письменной форме, владеть культурой публичного выступления;
- видеть взаимосвязь различных жанровых моделей копирайтинга;
- понимать особенности целевой аудитории, ее ожидания и предпочтения;
- высказывать аргументированную точку зрения о проблемных вопросах курса;

владеть:

- понятийным аппаратом дисциплины как интегрирующей;
- навыками анализа своего и чужого текста различных жанров;
- навыками создания копирайтерского текстов.