

Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Институт гуманитарного и социально-экономического образования  
Кафедра философии, социологии и социальной работы

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.07 «БЛОГГИНГ, КОПИРАЙТИНГ И СПИЧРАЙТИНГ»**

Направление подготовки 39.03.01 Социология

Профиль программы «Социология медиакоммуникаций»

Автор(ы): канд. социол. наук, доцент Т.А. Заглодина  
канд. филос. наук, доцент, Л.Э. Панкратова  
доцент  
канд. социол. наук, доцент, И.В. Чебыкина  
доцент

Одобрена на заседании кафедры философии, социологии и социальной работы.  
Протокол от «14» ноября 2022 г. №5.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности научно-методической комиссией института ГСЭО РГППУ. Протокол от «16» ноября 2022 г. №3.

Екатеринбург  
2022

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Блоггинг, копирайтинг и спичрайтинг»: освоение необходимых жанровых моделей спичрайтинга и копирайтинга, а также овладение практическими навыками создания спичрайтерского и копирайтерского текста.

Задачи:

- ознакомление студентов с современными подходами к тексту в спичрайтинге и копирайтинге;
- формирование у обучающихся навыков выделения жанровой модели спичрайтерского и копирайтерского текста;
- выработка навыков создания спичрайтерского и копирайтерского продукта определенной жанровой разновидности.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Блоггинг, копирайтинг и спичрайтинг» относится к формируемой участниками образовательных отношений части учебного плана.

Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. Тренинг развития социологического мышления.
2. Русский язык и деловая коммуникация.
3. Теория массовых коммуникаций и массмедиа.
4. Теория и практика межкультурной коммуникации.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Психология массовых коммуникаций и рекламы.
2. Организация и проведение коммуникационных кампаний в медиaprостранстве.

## 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;
- ПКС-6 Способен участвовать в составлении и оформлении профессиональной научно-технической документации, научных отчетов, представлять результаты социологических и маркетинговых исследований с учётом особенностей потенциальной аудитории.



В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

З1. Законы логического построения текста устной и письменной речи, а также принципы и приемы аргументации; базовые навыки создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга.

Уметь:

У1. Логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; создавать тексты и документы в сфере связей с общественностью и рекламы, применять навыки литературного редактирования, копирайтинга.

Владеть:

В1. Навыками грамотной устной и письменной речи; базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения; навыками литературного редактирования, копирайтинга.

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зач. ед. (180 час.), семестр изучения – 4, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

| Вид работы                                      | Форма обучения   |
|---|------------------|
|   | очная            |
|   | Семестр изучения |
|   | 4 сем.           |
| Кол-во часов                                    |                  |
| Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану | 180              |
| Контактная работа, в том числе:                 | 106              |
| Лекции  | 32               |
| Практические занятия                            | 48               |
| Текущее консультирование                        | 16               |
| Контроль самостоятельной работы                 | 10               |
| Самостоятельная работа студента                 | 74               |
| Промежуточная аттестация, в том числе:          |                  |
| Экзамен   | 4 сем.           |



*\*Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

#### **4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины**

Таблица 2. Тематический план дисциплины

| Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)   | Сем. | Всего, час. | Вид контактной работы, час. |                |             | СРС |
|---|------|-------------|-----------------------------|----------------|-------------|-----|
|   |      |             | Лекции                      | Практ. занятия | Лаб. работы |     |
| 1. Спичрайтерство и копирайтинг как понятие и специфическая область профессиональной деятельности ПР-специалиста. | 4    | 31          | 6                           | 10             | -           | 15  |
| 2. Виды и особенности составления текстов.  | 4    | 32          | 7                           | 10             | -           | 15  |
| 3. Теория нейминга: коммерческое имя, дефинитор   | 4    | 30          | 6                           | 9              | -           | 15  |
| 4. Принципы и методы взаимодействия с общественностью посредством спичрайтинга и копирайтинга                     | 4    | 32          | 7                           | 10             | -           | 15  |
| 5. Зарубежный опыт и современные российские модели организации эффективного спичрайтерства.                       | 4    | 29          | 6                           | 9              | -           | 14  |

*\*Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

#### **4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин**

##### **Раздел 1. Спичрайтерство и копирайтинг как понятие и специфическая область профессиональной деятельности ПР-специалиста.**

Спичрайтинг как технология. Спичрайтинг как профессия. Спичрайтерский текст как разновидность PR-текста. Публичное выступление и его особенности. Классификации публичных речей по цели. Информационная речь. Убеждающая речь. Протокольноэтикетная речь. Классификация публичных речей по сферам применения. Устные и письменные речи в политической сфере. Устные и письменные речи в сфере бизнеса.



## **Раздел 2. Виды и особенности составления текстов.**

Классификация PR-текстов. Преимущества использования PR- статей. Рекламный текст в различных носителях.

## **Раздел 3. Теория нейминга: коммерческое имя, дефинитор**

Как создать успешный сайт. Скрытое значение звуковых символов.

## **Раздел 4. Принципы и методы взаимодействия с общественностью посредством спичрайтинга и копирайтинга**

Правила составления выступлений и статей. Практическая проработка текстов, опубликованных в интернете для прочтения общественностью.

## **Раздел 5. Зарубежный опыт и современные российские модели организации эффективного спичрайтерства.**

Модели организации спичрайтерства в Германии, Швеции и США.

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Технологии проведения занятий в форме диалогового общения, которые переводят образовательный процесс в плоскость активного взаимодействия обучающегося и педагога. Обучающийся занимает активную позицию и перестает быть просто слушателем семинаров или лекций. Технологии представлены: групповыми дискуссиями, конструктивный совместный поиск решения проблемы, тренинг (микрообучение и др.), ролевые игры (деловые, организационно-деятельностные, инновационные, коммуникативные и др.).

2. Традиционные образовательные технологии представлены комбинацией объяснительно-иллюстративного и репродуктивного методов обучения. Осуществляются с использованием информационных лекций, семинаров, практических занятий или лабораторных работ. При использовании данных методов деятельность учащегося направлена на получение теоретических знаний и формирования практических умений по дисциплине.

3. Игровые технологии основаны на теории активного обучения, для которых характерно применение имитационных и неимитационных технологий. Используется для проведения практических, семинарских и лабораторных занятий.

4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;



- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### ***6.1 Основная литература***

1. Лужнова Н. В. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2016. - 141 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71285>.

2. Кметь Е. Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление : учебник. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2016. - 183 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54491>.

3. Алексунин, В.А. Маркетинговые коммуникации: Практикум [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.А. Алексунин, Е.В. Дубаневич, Е.Н. Скляр. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 196 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93365>. — Загл. с экрана.

### ***6.2 Дополнительная литература***

1. Мазилкина Е. И. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие. - Москва : Дашков и К, 2016. - 256 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57161>.

### ***6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы***

Интернет-ресурсы:

1. Научная онлайн-библиотека Порталус. Режим доступа: <http://www.portalus.ru>

2. Научная электронная библиотека eLIBRARY. Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

3. Всемирная виртуальная библиотека. Режим доступа: <http://www.vlib.org>

4. Электронная библиотека Гумер. Режим доступа: <http://www.gumer.info/>



Программное обеспечение:

1. Браузер Chrome.
2. Офисная система Office Professional Plus.
3. Операционная система Windows.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

### **1. Лекторий**

Современное образовательное пространство для проведения презентаций, встреч, лекций, тренингов и других мероприятий.

2. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.

3. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа с мультимедийным оборудованием.

4. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

