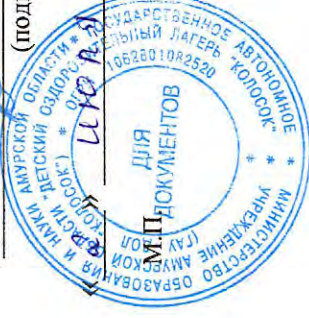


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное автономное учреждение Амурской области
«Детский оздоровительный лагерь «Колосок»
Центр выявления и поддержки одарённых детей «Вега»

Программа рекомендована к реализации Экспертным советом ЦВПОД «Вега»

Протокол заседания от « 2 » июля 20 20 г.
№ 7

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор ГАУ ДОЛ «Колосок» /В.В. Доля/
(Ф.И.О.)



Дополнительная образовательная программа
«Копирайтинг»

(с применением дистанционных образовательных технологий)

Направленность: социально-педагогическая
Уровень программы: общеразвивающая
Возраст обучающихся: 13-17 лет
Срок реализации программы: 32 часа, 1 месяц.

Ф.И.О.	Должность	Дата	Подпись
Ерёмина В.В.	Председатель экспертного совета ЦВПОД «Вега»	2.07.20	
Калашникова Ю.Б.	Зам. председателя экспертного совета ЦВПОД «Вега», по направлению «Искусство»	2.07.20	
Автор: Прибыткина В.И.	Педагог дополнительного образования ЦВПОД «Вега»	2.07.20	

Благовещенск 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	3
1.1.	Нормативно-правовая база.....	3
1.2.	Описание программы.....	4
1.3.	Направленность программы.....	5
1.4.	Новизна.....	5
1.5.	Актуальность программы.....	5
1.6.	Педагогическая целесообразность.....	6
1.7.	Цель реализации программы.....	6
1.8.	Задачи реализации программы.....	6
1.9.	Планируемые результаты обучения.....	6
2.	УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....	8
3.	СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ.....	8
3.1	Копирайтинг некоммерческий.....	8
3.2.	Копирайтинг коммерческий.....	9
3.3.	Нейминг.....	9
4.	ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ.....	11
4.1.	Методы и приёмы обучения.....	11
4.2.	Материально-техническое обеспечение.....	11
4.3.	Кадровое обеспечение.....	11
5.	ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ.....	13
6.	СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	14

Раздел 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Направленность программы: социально-педагогическая.

Категория обучающихся: 13 – 17 лет.

Форма обучения: дистанционная.

Срок освоения программы: 4 недели.

1.1. Нормативно-правовая база.

Смена создается с учетом следующих нормативно-правовых актов:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 03 июля 2016 г. № 313-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации в части предоставления права органам государственной власти субъектов Российской Федерации на предоставление государственной поддержки дополнительного образования детей;
- приоритетный проект «Доступное дополнительное образование детей», утвержденный протоколом заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам от 30 ноября 2016 г. № 11;
- Постановление Правительства Российской Федерации от 17.11.2015 г. № 1239 «Об утверждении Правил выявления детей, проявивших выдающиеся способности, сопровождения и мониторинга их дальнейшего развития»;
- Концепция развития дополнительного образования, Распоряжение Правительства Российской Федерации от 04.09.2014 № 1726
- СанПиН 2.4.4.3172-14 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей»;
- Приказ Минтруда России от 08.09.2015 г. № 613н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»;
- Приказ Минобрнауки России от 29.08.2013 г. № 1008 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Приказ Минобрнауки России от 07.04.2014 г. № 276 «Об утверждении Порядка проведения аттестации педагогических работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность»;
- методические рекомендации по организации образовательного процесса при сетевых формах реализации образовательных программ, письмо Минобрнауки России от 28.08.2015 г. № АК-2563/05;
- методические рекомендации по проектированию общеобразовательных программ (включая разноуровневые программы), письмо Департамента государственной политики в сфере воспитания детей молодежи Минобрнауки России от 18.11.2015 г. № 09-3242;

- рекомендации в части возможности осуществления педагогической деятельности сотрудниками, не имеющими специального педагогического образования, письмо Департамента государственной политики в сфере воспитания детей и молодежи Минобрнауки России от 31.05.2006 г. № 09-1300;

- Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий организациями основано на положениях Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 29.12.2012 N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации", Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 N 499*(4), Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.01.2014 N 2;

- Устав государственного автономного учреждения Амурской области «Детский оздоровительный лагерь «Колосок»;

- Положение о Центре выявления и поддержки одаренных детей «Вега».

1.2. Описание программы.

В современных условиях от выпускников школы требуются не только знания, но и активность, инициативность, способность принимать решения в трудной ситуации. В воспитании и образовании молодого поколения немаловажную роль играют средства массовой информации, которые воздействуют на их жизненные идеалы и ценности; как источник социальной информации они формируют не только видение мира и восприятие других людей, но и отношение к обществу. Одним из основополагающих направлений в средствах массовой информации выступает копирайтинг.

Копирайтинг – это огромный стимул для саморазвития и самоорганизации учащихся. Программа дополнительного образования «Копирайтинг» ориентирована на то, чтобы обучающиеся попробовали себя в роли копирайтера, смогли реализовать свои способности в интересном деле, утвердить себя и свои успехи в общественном мнении, выявить свои способности, определиться в мире профессий. Главная задача образовательного процесса состоит в социализации личности, превращении её в элемент общественных отношений. Поэтому изучение копирайтинга является важным фактором социального развития подрастающего поколения.

Занятия по данной программе предполагают личностно ориентированный подход: они направлены на развитие и становление личности обучающегося, его самореализацию и свободное самовыражение, раскрытие таланта написания разноформатных текстов.

1.3. Направленность программы.

Программа «Копирайтинг» имеет социально-педагогическую направленность и рассчитана на 32 часа обучения с применением дистанционных форм образования. Она предполагает овладение навыками работы с источниками, написание текстов под запрос целевой аудитории, публикации работ на различных платформах (с учётом особенностей данных платформ), индивидуальной работы с потребителем. Также, программа «Копирайтинг» направлена на выявление индивидуальных особенностей учащихся, развитие творческих способностей. Данная программа предусматривает интенсивное обучение основам копирайтинга через систему знаний по развитию письменной речи ребёнка.

1.4. Новизна.

Новизна дополнительной образовательной программы «Копирайтинг» основана на комплексном подходе к воспитанию личности с ярко выраженной активной жизненной позицией, креативным мышлением, высокой культурой общения, способной свободно и творчески мыслить и добиться успеха в жизни. Программа предусматривает знакомство с профессией копирайтер. Данная программа является межрегиональной, с привлечением специалистов из Ленинградской области (Государственное бюджетное учреждение дополнительного образования «Ленинградский областной центр развития творчества одарённых детей и юношества «Интеллект»).

1.5. Актуальность программы.

В современном обществе получили новое развитие средства информации: глобальные компьютерные сети, телевидение, радио, мобильные телефонные сети. Новые информационные технологии должны стать инструментом для познания мира и осознания себя в нём, а не просто средством для получения удовольствия от компьютерных игр и «скачивания» тем для рефератов из Интернета. Изменение информационной структуры общества требует нового подхода к формам работы с учениками. Педагогу необходимо уделять внимание развитию устной и письменной речи, инициативы и творческих способностей учащихся. Данная программа нацелена на совершенствование основных видов речевой деятельности в их единстве и взаимосвязи; подразумевает теоретическую и практическую подготовку обучающихся к возможному выбору копирайтинга как будущей профессии.

Основные направления работы по программе «Копирайтинг»:

- приобретение навыков по сбору, анализу материалов для текста;
- овладение навыками оформления текста;
- знакомство с лучшими российскими и мировыми практиками копирайтинга;

- Приобретение навыков по созданию названий, слоганов и заголовков (нейминг).

1.6. Педагогическая целесообразность.

Обучающиеся получают знания основ копирайтинга и нейминга. Программа даёт возможность использовать навыки, полученные во время обучения основам копирайтинга, включает детей в систему средств массовой коммуникации общества. В процессе работы, обучающиеся приобретают навыки самоконтроля, учатся решать вопросы с учётом интересов окружающих людей. Участники программы становятся более эрудированными и коммуникабельными людьми; повышается общий уровень их культуры, идет формирование нравственных приоритетов, снижается риск отрицательного влияния окружающей среды.

1.7. Цель реализации программы: сформировать представление об особенностях деятельности в области копирайтинга и о процессе копирайтинга в целом; развить первичные практические навыки написания всевозможных видов текстов и установить каналы их распространения.

1.8. Задачи реализации программы:

1. Определение основных категорий, понятий, терминов, методов, которые используют копирайтеры исходя из современных тенденций.
2. Приобретение практических навыков и опыта по написанию текстов различных видов и жанров.
3. Формирование представления о сфере фриланса в сфере копирайтинга, разработка стратегий и кейсов по работе с текстами с ориентацией на запрос целевой аудитории.
4. Формирование умений и навыков по работе с неймингом, слоганами и заголовками в различных видах текстов.
5. Развитие творческих способностей и креативного мышления в рамках написания текстов у обучающихся.
6. Воспитание культуры речи и написания текстов, которые отвечают современным тенденциям копирайтинга в России и в мире.

1.9. Планируемые результаты обучения:

После прохождения программы учащийся должен

Знать:

- базовую терминологию, относящуюся к области копирайтинга, нейминга и текстового фриланса;
- эффективные приёмы реализации текста на различных платформах и площадках;
- позитивные российские и мировые практики копирайтинга и нейминга;

- основные правила построения текста, который ориентирован на определённое техническое задание с целевой аудиторией;
- основы культуры речи.

Уметь:

- работать с научной, научно-популярной и учебной литературой по копирайтингу и неймингу;
- пользоваться понятийным аппаратом по копирайтингу и неймингу;
- соотносить полученные теоретические знания в практике создания текстов различного формата, слоганов и заголовков;
- создавать концепцию, стратегию текстового сообщения к целевой аудитории;
- создавать текст разного формата под разные платформы, исходя из запроса целевой аудитории;
- осуществлять выбор языковых средств создания образности у получателя информации;
- излагать свои мысли в устной и письменной форме логично, свободно, грамотно, доступно;
- генерировать слоганы, названия и заголовки исходя из технического задания для целевой аудитории;
- определять уровень эффективности вербальной составляющей слогана, названия, заголовка в рамках определённого текста;
- вести продуктивный диалог с получателем текста, слогана.

Способы определения результативности программы

- тренировочные упражнения (групповые и индивидуальные);
- анализ творческих работ;
- тренинги, учитывающие особенности тематического блока;
- текущий контроль;
- участие в интенсивной профильной смене «Литературное творчество. Журналистика» по результатам освоения программы.

Раздел 2. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Предметная область	Количество часов			Всего
		Теория	Практика	Контроль	
1.	Копирайтинг	6 часов	9 часов	1 час	16 часов
А	некоммерческий				
2.	Копирайтинг	4 часа	6 часов	1 час	11 часов
Б	коммерческий				
3.	Нейминг	2 часа	2 часа	1 час	5 часов
Итого					32 часа

Раздел 3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Темы/разделы обучения, краткое описание тем занятий

3.1. Копирайтинг некоммерческий.

Блок 1.

Теория. Копирайтинг как процесс написания оригинальных текстов, продвигающих определённую идею или мнение для конкретной целевой аудитории. Цели и задачи копирайтера. Известные копирайтеры и известные практики в копирайтинге (Альберт Ласкер, Дэвид Огилви, Гэри Хэлберт, Раймонд Рубикам, Дэн Кеннеди и др.). Сферы использования копирайтинга. Правовые основы и этические нормы копирайтинговой деятельности.

Практика. Написание текста, в стиле работ любого известного копирайтера (Россия, мир), с учётом полученных знаний.

Контроль. Разбор творческих работ.

Блок 2.

Теория. Основные виды текстов и способы их трансляции, применения. Техники копирайтинга. Алгоритм создания текста любого вида. Уровень эффективности текста для целевой аудитории. «ГЗ» - техническое (творческое) задание для копирайтера. Копирайтинг в социальных сетях.

Практика. Написание текста, исходя из технического (творческого) задания. Расчёт эффективности своего текста для определённой целевой аудитории, исходя из технического (творческого) задания.

Контроль. Разбор творческих работ.

Блок 3.

Теория. Понятие «слабого» и «сильного» текста. Креативное мышление для создания рабочего текста. Оперативное написание текста.

Практика. Разработка собственных оперативных таблиц для написания собственных текстов.

Блок 4.

Теория. Фонетика, лексика, синтаксис текстов. Экспрессивность, аргументация, манипуляция в тексте. Типичные ошибки на всех этапах работы с текстом.

Практика. Работа над ошибками в предыдущих практических заданиях (блок 1, блок 2).

Итого: 16 часов.

3.2. Копирайтинг коммерческий.

Блок 1.

Теория. Характеристика рекламного (коммерческого) копирайтинга. Позитивные практики. Виды рекламных текстов. Этапы создания и структура рекламного текста. Техники, приёмы и креативные стратегии создания текста. Пути трансляции рекламных текстов. Рекламные текста в социальных сетях.

Практика 1. Разработка креативной стратегии по созданию и продвижению текста, согласно техническому (творческому) заданию для определённой целевой аудитории.

Практика 2. Создание текста для разных социальных сетей.

Контроль. Разбор творческих работ.

Блок 2.

Теория. Текстовой фриланс. Биржа копирайтинга. Психологическое влияние на целевую аудиторию с помощью рекламного текста. Кейсы по созданию текста исходя их технического (творческого) задания от потребителя. Развитие личного бренда с помощью коммерческой рекламы.

Практика. Создание кейсов для продвижения текстов на разных площадках.

Итого: 11 часов

3.3. Нейминг.

Блок 1.

Теория. Виды нейминга. Методики разработки рекламного имени. Анализ позитивных нейминг-моделей. Основные моменты, которые необходимо учитывать при работе с неймингом.

Практика. Генерирование название и слогана, исходя из технического (творческого) задания.

Контроль. Разбор творческих работ.

Блок 2.

Теория. Роль и место рекламного места в структуре рекламного текста. Типы рекламных имён. Алгоритм над созданием бренд-нейма. Основные способы создания имени бренда. Приёмы визуализации рекламного имени. Принципы создания и важнейшие характеристики эффективных рекламных имён. Признаки «дорогого» и «дешевого» рекламного имени по И. Имшинецкой. Анатомия «хорошей» и «плохой» торговой марки по Г. Чармэссону.

Практика. Генерирование название и слогана, исходя из технического (творческого) задания.

Контроль. Разбор творческих работ.

Блок 3.

Фонетика нейминга. Ритмика и мелодика нейма. Благозвучность/неблагозвучность нейма. Приёмы языковой игры. Эмоциональный окрас нейма. Слоган как одна из составляющих рекламного текста. Художественные приёмы, используемые в слоганах. Манипуляция целевой аудиторией с помощью слогана.

Практика. Генерирование название и слогана, исходя из технического (творческого) задания.

Контроль. Разбор творческих работ.

Блок 4.

Теория. Сущность заголовков. Основные правила и принципы создания эффективных заголовков, которые привлекают внимание целевой аудитории. Технические особенности заголовков.

Практика. Генерирование заголовков для текстов из предыдущих образовательных модулей (копирайтинг некоммерческий и копирайтинг коммерческий), учитывая полученные теоретические знания.

Контроль. Разбор творческих работ.

Итого: 5 часов.

Раздел 4. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

4.1. Методы и приёмы обучения

Для достижения поставленных целей и задачи используются следующие методы обучения:

- Информационно-рецептивный метод - предъявление готовой информации и её усвоение в готовом виде.
- Репродуктивный метод - предполагает проведение воспроизведения, то есть репродуцирования видов деятельности, о которых уже сообщали ранее; обучающиеся выполняют задание по образцу, повторяют одно действие и в результате овладевают навыками и умениями.
- Исследовательский метод - организовывается поисковая творческая деятельность, путём постановки новых проблемных задач.
- Словесный метод - лекция, беседа, инструктаж, дискуссия.
- Наглядный метод - демонстрация, показ материала.
- Практический метод - упражнение, практикум.

4.2. Материально-техническое обеспечение

- Устройство (компьютер/ноутбук/планшет/смартфон) с доступом в Интернет (наличие качественного доступа педагогических работников и обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее - сеть Интернет):

- с использованием установленных программно-технических средств для обучающихся и педагогических работников на скорости не ниже 512 Кбит/с;

- в труднодоступных районах, подключаемых к сети Интернет с использованием спутниковых каналов связи, скорость прямого канала должна быть не ниже 512 Кбит/с, обратного - не ниже 128 Кбит/с;

- должен быть обеспечен порт доступа в сеть Интернет со скоростью не ниже 10 Мбит/с и возможностью установления не менее 20 одновременных сессий по 512 Кбит/с;

- услуга подключения к сети Интернет должна предоставляться в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю без учета объемов потребляемого трафика, за исключением перерывов для необходимых ремонтных и профилактических работ.)

- Рабочее место педагогического работника и обучающегося должно быть оборудовано персональным компьютером и компьютерной периферией (веб-камерой, микрофоном, аудиокolonками и (или) наушниками);

4.3. Кадровое обеспечение

- Педагоги центра выявления и поддержки одарённых детей «Вега» (Амурская область);

- Педагоги Государственное бюджетное учреждение дополнительного образования «Ленинградский областной центр развития творчества одарённых детей и юношества «Интеллект» (Ленинградская область);
- Привлечённые специалисты.

Раздел 5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Форма аттестации:

- Выполнение всех заданий программы, предоставление творческих работ, согласно теоретическим знаниям и практическим заданиям;
- Для принятия положительного решения об освоении курса необходимо полное выполнение всех заданий программы;
- Задания должны быть выполнены в соответствии с полученными теоретическими знаниями и техническим (творческим) заданием;
- При выполнении задания возможны отклонения в исполнении, которые прописаны в техническом (творческом) задании.
- Критериями уровня освоения знаний являются правильность выполнения заданий, уверенное владение словарём копирайтера, умение использовать учебные понятия в практической деятельности. Практические навыки проверяются в процессе сбора, обработки и использования материала.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бернадский С. Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя. — М.: «Манн, Иванов и Фарбер», 2012. — 192 с
2. Галь, Нора. Слово живое и мёртвое. — М.: Время, 2012. — 592 с.
3. Годин А.М. Брендинг [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Годин А.М.—Электронные текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2013.— 183 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24775>
4. Головлева Е.Л. Основы брендинга [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Головлева Е.Л.— Электронные текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2011.— 164 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8613>
5. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст. - М.: «Альпина Паблишер», 2017. — 440 с.
6. Каплунов Д. Нейрокопирайтинг. 100+ приемов влияния с помощью текста — М.: Эксмо, 2016. — 352 с.
7. Луговой Д.Б. Копирайтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Луговой Д.Б.— Электрон.текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017.— 131 с.— ЭБС «IPRbooks». Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75579.html>.
8. Майорова Н. Нейрокопирайтинг. То, что вы не читали про тексты — [б. м.] : Издательские решения, 2017. — 50 с.
9. Судоргина З. Копирайтинг [Электронный ресурс]: тексты, которые продаются / З. Судоргина. — Электронные текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.— 282 с. — 978-5-222-21909-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/58953.html>
10. Шугерман Д. Искусство создания рекламных посланий. Справочник выдающегося американского копирайтера. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 400 с.

ЛИСТ ФИКСАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ПРОГРАММЫ