

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ЛПУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций  
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и  
социальных коммуникаций

 О. С. Перетогина  
« 09 » \_\_\_\_\_ 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Копирайтинг

По направлению подготовки 42.03.02 Журналистика

Квалификация выпускника бакалавр

Форма обучения очная, заочная

Курс – ОФО – 2 курс (5 семестр), ЗФО – 3 курс (7,8 триместр)

Луганск, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины Коммурайтинг является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.02. Журналистика очной и заочной форм обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 № 524 (с изменениями и дополнениями и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 21 мая 2014 года № 339п, от 04 августа 2014 года № 535п.

#### СОСТАВИТЕЛИ:

Заведующий кафедрой журналистики и издательского дела ФГБОУ ВО «ЛПУ» Кузнецова Елена Александровна.

Старший преподаватель кафедры журналистики и издательского дела ФГБОУ ВО «ЛПУ» Каторгина Дарья Юрьевна.


Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела « 11 » сентября 2024 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой

 Е.А. Кузнецова

Одобрена на заседании Учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций  
« 11 » сентября 2024 г., протокол № 1

Председатель учебно-методической комиссии

Института филологии и социальных коммуникаций  О.В. Мифеткова

#### СОГЛАСОВАНО:

Заведующий учебно-методическим отделом

 В.В. Савченков

« 14 » сентября 2024 г.

## 1. Структура и содержание учебной дисциплины

### 1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель преподавания курса – дать студентам знания об основных направлениях копирайтинга как сферы рекламной деятельности, навыки по вербальному обеспечению маркетинговых коммуникаций, необходимые для эффективной практической рекламной деятельности.

#### Задачи:

- в ознакомлении студентов с видовым многообразием существующих вербальных форм представления рекламной идеи и ее воплощения в рекламном продукте;
- в ценностной ориентации студентов в системе текстовых сообщений;
- в овладении студентами методиками анализа знаковой основы медиатекстов;
- в приобретении навыков составления текстов для различных типов копирайтинга;
- в ознакомлении студентов с видами PR-текстов и выработке умений по составлению материалов для работы структур по связям с общественностью.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Копирайтинг» относится к блоку дисциплин, формируемой участниками образовательных отношений, индекс дисциплины Б1.В.18.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплины «Русский язык и культура речи», цикла гуманитарных и социально-экономических наук и опирается на полученные при их изучении *знания и умения*.

Содержание дисциплины *служит основой* для освоения цикла профессионально-ориентированных дисциплин, а также написания ВКР.

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные		
ОПК-1	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает: различные языковые нормы и аспекты письменной речи; стили современного русского языка; речевой этикет в документе; Умеет: разбираться в вопросах этики и проблемах современного русского языка и культуры речи; анализировать изменения, происходящие в языке; применять на практике знания по данной дисциплине; Владеет навыками: навыками работы текстами на родном и иностранном языках; нормами современного русского языка и правилами культуры речи.

#### 4. Структура и содержание учебной дисциплины

##### 4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов / зач. ед.	
	Очная форма	Заочная форма
<b>Общая учебная нагрузка</b>	<b>72/2</b>	<b>72/2</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов )</b>	<b>28</b>	<b>8</b>
<b>в том числе:</b>		
Лекции	14	4
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	14	4
Лабораторные работы	-	-
Контрольные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (контроль)	4	4
<b>Самостоятельная работа студента (всего часов)</b>	<b>40</b>	<b>60</b>
Форма аттестации	зачет	зачет

##### 4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Содержательный модуль 1. Основные характеристики копирайтинга.

Тема 1. Копирайтинг как вид профессиональной деятельности

Понятие копирайтинг. Истоки появления. Виды копирайтинга. Особенности каждого вида.

Тема 2. Требования к профессиональному копирайтеру

Личность копирайтера. Профессиональные требования. Личностные качества. Гавыки и умения.

Тема 3. Нейминг

Личные имена. Патронимы. Фамилии и родовые названия. Литературные, мифологические имена. Топонимы. Аббревиатуры.

Тема 4. Заголовок в рекламном тексте

Место заголовка. Виды заголовков. Требования и запреты.

Содержательный модуль 2. Элементы эффективного рекламного текста.

Тема 1. Эффективные конструкции вступительной части рекламного текста. Стилиевые особенности рекламных сообщений. Реклама для разных типов СМИ.

Тема 2. Усилители рекламных текстов.

Требования к продающему тексту. Стилль текста. Сравнения. Исследования и графики. Конкретные цифры. Штампы.

Тема 3. Универсальные техники убеждения читателя

Вопрос-ответ. Диалог. Новости. Сообщение о скидке. Кросс-продажа. Невозможное-возможно.

Тема 4. Аргументация цены

Вера в цену своего товара. Жонглирование аргументами. Превратитесь в калькулятор. Каждой цене свое время. Забыть про слово «купить». Прием «до и после».

Тема 5. Стимулирование потребителя к действию

Стимул. Стимулирование. Виды стимулирования потребителей (сэмплинг, дегустации, демонстрации; купоны, льготные покупки, скидки, премии; конкурсы, розыгрыши, игры, лотереи, викторины для потребителей.

Тема 6. Слоган

Слоган – эмоциональный экстракт сути бренда. Три типа слоганов: связанные; привязанные; свободные. Слоган для нового товара. Слоган для известного товара. Адаптация слогана известного товара, пришедшего на новый рынок.

#### 4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
6 семестр/ 7 триместр			
	Копирайтинг как вид профессиональной деятельности	2	2
	Создание и оформление текста	2	
	Заголовок в рекламном тексте. Слоган	2	
	Радиореклама	2	
	Телевизионный текст	2	
	«Речевая практика современного общества». Риторические навыки PR-специалиста»	2	
	Подготовка и организация публичного выступления» Аргументация речи	2	2
Итого:		14	4

#### 4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
6 семестр / 8 триместр			
	Копирайтинг как вид профессиональной деятельности	2	2
	Создание и оформление рекламного текста	2	
	Заголовок в рекламном тексте	2	2
	Слоган	2	
	Радиореклама	2	
	Телевизионная реклама	2	
	«Речевая практика современного общества»		
	Риторические навыки PR-специалиста»	2	
	Подготовка и организация публичного выступления»		
Итого:		14	4

#### 4.5. Лабораторные работы не предусмотрены.

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
5 семестр / 7,8 триместр				

1	Собрать портфолио из 20 образцов названий рекламируемого товара: 10 - удачных, 10 - неудачных.	Каждый образец распечатать или наклеить в оригинале на лист формата А4, на обороте разместить анализ. Все образцы систематизировать в папку.	6	10
2	Проанализировать особенности подхода в удачных образцах, выяснить, что делает их эффективными, какие особенности содержания, композиции	Подборка образцов	6	10
3	В неудачных образцах определить недостатки и причины неприятия читателем. Предложить варианты улучшения	Подборка образцов	6	10
4	Разработать собственный комплекс текстового сопровождения рекламной кампании одного из следующих товаров (название, слоган, минимум 3 образца рекламного текста): автомобиль; шампунь; компьютер; канцелярские товары; мебельный магазин; магазин одежды; шоколад; чай.	Все образцы должны быть представлены в электронном и бумажном варианте (на листах формата А-4). Также должна быть пояснительная записка (2 - 3 страницы А-4), в которой описан процесс создания текстового комплекса.	6	10
5	Подготовка публичного выступления	Публичное выступление	10	10
6.	Аргументация в публичной речи	Конспект	6	10
<b>Итого:</b>			<b>40</b>	<b>60</b>

#### 4.7. Курсовые работы не предусмотрены.

#### 5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

Преподавание дисциплины осуществляется с применением таких видов образовательных технологий: использование всех доступных медиаресурсов во время лекционных занятий, а также при подготовке к практическим занятиям и при выполнении самостоятельной работы (подготовка докладов-презентаций, реферативных докладов, работа в составе творческих групп).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- Лекция: лекционный материал по дисциплине «Стилистика и литературное редактирование» предполагает использование наглядных материалов в виде компьютерных презентаций, предоставление студентам электронных версий опорных лекций по всем разделам курса. Лекционный материал организуется с использованием таких педагогических технологий, как обучение на основе опыта и междисциплинарное обучение, которые позволяют активизировать познавательные способности слушателей и мотивировать их к самостоятельной работе. Лекционные занятия: проблемные и

интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция - анализ ситуаций.

- Практические занятия: во время занятий студентам предлагается обсуждение по проблемным вопросам, а также решение тестовых заданий. Предполагается выступления студентов с докладами. При подготовке такого доклада студенты обращаются к учебной и справочной литературе. Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, «круглые столы», формы «коллективной мыслительной деятельности» и анализа проблемных ситуаций.

- Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

1. Выработка навыков восприятия и анализа исторической, культурологической литературы.

2. Формирование навыков исследовательского отношения к предъявляемой аргументации, развитие способности понимания этических и культурологических понятий и категорий.

3. Развитие и совершенствование способностей к диалогу, к дискуссии, к формированию и логически аргументированному обоснованию собственной позиции по тому или иному вопросу.

4. Развитие и совершенствование творческих способностей при самостоятельном изучении дисциплины.

Выполнение самостоятельной письменной работы предполагает постоянный контакт с преподавателем в виде консультаций.

Самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, индивидуальная самостоятельная работа студента под руководством преподавателя, просмотр документальных, научно-образовательных и художественных фильмов с последующим обсуждением и анализом.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателя (консультации, помощь в выполнении программы) и индивидуальную работу студента, выполняемую в том числе в компьютерном классе с выходом в Интернет и читальных залах университета.

При реализации образовательных технологий используются следующие виды самостоятельной работы:

- работа с конспектом занятия (обработка текста);
- работа над учебным материалом учебника;
- творческая работа;
- поиск информации в сети «Интернет» и литературе; подготовка к сдаче зачета.

Проблемное обучение: для развития и совершенствования коммуникативных способностей студентов организуются специальные учебные занятия в виде «диспутов» или «конференций», при подготовке к которым студенты заранее распределяются по группам, отстаивающим ту или иную точку зрения по обсуждаемой проблеме.

Дисциплина обеспечена: информационной техникой, литературой, необходимым оборудованием для проведения практических занятий.

Иллюстративные материалы, в том числе учебные фильмы по соответствующим разделам программы.

## **6. Формы контроля освоения учебной дисциплины**

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Копирайтинг» производится в дискретные временные интервалы в следующих формах: опрос, промежуточные срезы, подготовка докладов и рефератов, контрольная работа, экзамен. Критерии оценки учитывают результаты посещаемости лекций, выполнения практических заданий, выполнения контрольной работы, итоги выполнения заданий самостоятельной работы.

Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на зачете.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме зачета, включает в себя ответ на теоретические вопросы, подкрепляемые примерами из практики, выполнением практических заданий.

**Система оценивания учебных достижений студентов  
очной, заочной формы обучения**

Вид учебной работы	Количество баллов	
	ОФО	ЗФО
6 семестр / 7,8 триместр		
Устные ответы на семинарских занятиях	50	30
КМР	10	20
КСР	10	20
Экзаменационная работа	30	30
<b>Итого</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале**

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная система	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	100-90	<b>А</b> – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	<b>зачтено</b>
Хорошо	83-89	<b>В</b> – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75-82	<b>С</b> – хорошо – теоретическое содержание	



		<p>курса освоено полностью;  некоторые  практические навыки работы  с освоенным  материалом сформированы  недостаточно;  все предусмотренные  программой обучения  учебные задания выполнены,  качество  выполнения ни одного из них  не оценено  минимальным числом баллов,  некоторые  виды заданий выполнены с  ошибками</p>	
Удовлетворительно	63-74	<p><b>D</b> – удовлетворительно –  теоретическое  содержание дисциплины  освоено частично,  но пробелы не носят  существенного  характера; необходимые  практические  навыки работы с освоенным  материалом  в основном сформированы;  большинство  предусмотренных программой  обучения  учебных заданий выполнено,  некоторые  из выполненных заданий,  содержат ошибки</p>	
Удовлетворительно	50-62	<p><b>E</b> – посредственно –  теоретическое  содержание курса освоено  частично;  некоторые практические  навыки работы  не сформированы, многие  предусмотренные  программой обучения  учебные задания  не выполнены либо качество  выполнения  некоторых из них оценено  числом баллов,  близким к минимальному</p>	
Неудовлетворительно	21-49	<p><b>FX</b> – неудовлетворительно –  теоретическое  содержание курса освоено  частично;  необходимые практические  навыки работы  не сформированы;  большинство</p>	

		предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0-20	<b>F</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

## **7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины.**

### **а) основная литература:**

1. Блинкина-Мельник М. Рекламный текст. Задачник для копирайтера. Учебное пособие для вузов / М. Блинкина - Мельник. - М. : ОГИ (Объединенное Гуманитарное Издательство), 2007.

2. Витале Д. Гипнотические рекламные тексты. Как искушать и убеждать клиентов одними словами / Д. Витале. - М.: Эксмо, 2009.

3. Иванова К. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. Иванова. - СПб: Питер, 2009.

### **б) дополнительная литература:**

1. Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы / Т. Бокарев. - М.: ПРОМО - РУ, 2000.

2. Брукс П. Копирайтинг. Как писать рекламные тексты и письма, которые будут продавать / П. Брукс. - М.: Бератор-Пабблишинг, 2005.

3. Валладарес Д. Ремесло копирайтера / Д. Валладарес. - СПб: Питер, 2005.

4. Джоунс Д. Рекламный бизнес: деятельность рекламных агентств, создание рекламы, медиа-планирование, интегрированные коммуникации / Д. Джоунс. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2005.

5. Кромптон А. Мастерская рекламного текста / А. Кромптон. - Тольятти: Довгань, 1995.

6. Шуванов В.И. Психология рекламы / В.И. Шуванов. - Ростов н/Дону: Феникс, 2003.

7. Иншакова Н. Рекламный текст. Редакторский взгляд / Н. Иншакова. - М.:

МедиаМир, 2007.

8. Назайкин А.Н. Рекламный текст в современных СМИ: практическое пособие / А.Н. Назайкин. - М.: Эксмо, 2007.

9. Огилви Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. - М.: Эксмо, 2007.

10. Рымашевская Ю. Рекламная бомба. Рецепты копирайтинга, взрывающие рынок / Ю. Рымашевская. - СПб: Питер, 2007.

11. Слободянюк Э. Настольная книга копирайтера / Э. Слободянюк. - М. : Вершина, 2008.

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (компьютер, проектор, экран), банк профессионально-педагогических задач.

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет; программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»); программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета, которая обеспечивает возможность доступа обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

[illegible]