

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и
социальных коммуникаций

О.С. Перетятая

« 15 » _____ 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Копирайтинг

По направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело

Профиль – Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника - бакалавр

Форма обучения - очная

Курс – ОФО – 3 курс (5, 6 семестр)

Луганск, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, и профилю редактор средств массовой информации очной формы обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 № 525 (с изменениями и дополнениями и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 04 августа 2014 года № 535н, от 04 августа 2014 года № 538н.

СОСТАВИТЕЛИ:

Канд. пел.н., доцент кафедры журналистики и издательского дела
ФГБОУ ВО «ЛГПУ» **Гамина Татьяна Сергеевна.**

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела « 26 » декабря 2026 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

Куянцева Е.А. Куянцева

Одобрена на заседании Учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций

« 14 » сентября 2026 г., протокол № 6

Председатель учебно-методической комиссии
Института филологии и социальных коммуникаций

А.С. Сысенко А.С. Сысенко

СОГЛАСОВАНО:

Директор Департамента образования

В.В. Савенков В.В. Савенков

« 16 » сентября 2026 г.

1. Цели и задачи учебной дисциплины

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 ОПОП ВО

Учебная дисциплина «Копирайтинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Индекс дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.03 «Издательское дело».

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 дисциплины «Выпуск учебных медиа», 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 |
|----------------|---|--|
| Универсальных | | |
| УК-4 | УК-4. Знает литературные особенности государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, специфику функционирования языковых средств в соответствии с требованиями научного стиля речи и академического письма. | 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 |
| Общая учебная нагрузка | 144/4 | |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов) | 48 | |
| в том числе: | | |

| | | |
|--|-----------|--|
| Лекции | 18 | |
| Семинарские занятия | - | |
| Практические занятия | 30 | |
| Лабораторные работы | - | |
| Контрольные работы | - | |
| Курсовая работа (курсовой проект) | - | |
| Другие формы и методы организации образовательного процесса (контроль) | 36 | |
| Самостоятельная работа студента (всего часов) | 60 | |
| Форма аттестации | экзамен | |

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 |
| 5 семестр | | | |
| 1. | Копирайтинг как вид профессиональной деятельности | 2 | |
| 2. | Создание и оформление текста | 2 | |

| | | | |
|---------------|---|-----------|--|
| 3. | Заголовок в рекламном тексте. Слоган | 2 | |
| 4. | Радиореклама | 2 | |
| 5. | Телевизионный текст | 2 | |
| 6. | «Речевая практика современного общества». Риторические навыки PR-специалиста» | 4 | |
| 7. | Подготовка и организация публичного выступления» | 2 | |
| 8. | Аргументация речи | 2 | |
| Итого: | | 18 | |

4.4. Практические занятия

| № п/п | Название темы | Объем часов | |
|-------------|---|-------------|---------------|
| | | Очная форма | Заочная форма |
| 5,6 семестр | | | |
| 1. | Копирайтинг как вид профессиональной деятельности | 2 | |
| 2. | Создание и оформление рекламного текста | 4 | |
| 3. | Заголовок в рекламном тексте | 2 | |
| 4. | Слоган | 2 | |
| 5. | Радиореклама | 4 | |
| 6. | Телевизионная реклама | 2 | |
| 7. | «Речевая практика современного общества» | 4 | |
| 8. | Риторические навыки PR-специалиста» | 2 | |
| 9. | Подготовка и организация публичного выступления» | 4 | |
| 10. | Аргументация речи | 4 | |
| Итого: | | 30 | |

4.5. Лабораторные работы не предусмотрены.

4.6. Самостоятельная работа студентов

| № п/п | Название темы | Вид СРС | Объем часов | |
|-------------|--|--|----------------|------------------|
| | | | Очная форма | Заочная форма |
| 5,6 семестр | | | | |
| 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. | 10 | |
| 2 | Проанализировать особенности подхода в удачных образцах, | Подборка образцов | 10 | |

| | | | | |
|---------------|---|---|-----------|--|
| | выяснить, что делает их эффективными, какие особенности содержания, композиции | | | |
| 3 | В неудачных образцах определить недостатки и причины неприятия читателем. Предложить варианты улучшения | Подборка образцов | 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. | 10 | |
| 5 | Подготовка публичного выступления | Публичное выступление | 15 | |
| 6. | Аргументация в публичной речи | Конспект | 5 | |
| Итого: | | | 60 | |

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 экзамене.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного экзамена, 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 |
| 5,6 семестр | | |
| Устные ответы на семинарских занятиях | 50 | |
| КМР | 10 | |
| КСР | 10 | |
| Экзаменационная работа | 30 | |
| Итого | 100 | |

Накопительная система оценивания по 100-бальной шкале

| Четырехбалльная система оценивания экзамена | 100-бальная система | Буквенная шкала, соответствующая 100-бальной шкале | Система оценивания зачета |
|---|------------------------|---|---------------------------------|
| Отлично | 100-90 | А – 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 | зачтено |
| Хорошо | 83-89 | В – 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 | С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы | |

| | | | |
|---------------------|-------|--|------------|
| | | <p>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>D – 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>E – 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>FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения</p> | Не зачтено |

| | | | |
|---------------------|------|--|--|
| | | оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий | |
| Неудовлетворительно | 0-20 | F – 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. Витале Д. Гипнотические рекламные тексты. Как искушать и убеждать клиентов одними словами / Д. Витале. - М.: Эксмо, 2009.
2. Иванова К. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К. Иванова. – СПб: Питер, 2009.
3. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 6-е изд. — Москва : Дашков и К, 2024. — 130 с. — ISBN 978-5-394-05824-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144192.html> (дата обращения: 17.02.2024).
4. Молдавская, О. Е. Основы копирайтинга и рерайтинга : учебно-методическое пособие / О. Е. Молдавская. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2021. — 73 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129511.html> (дата обращения: 03.03.2025).
5. Огилви Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. – М.: Эксмо, 2013. – 240 с. с ил.
6. Рымашевская Ю. Рекламная бомба. Рецепты копирайтинга, взрывающие рынок / Ю. Рымашевская. – СПб: Питер, 2007.
7. Слободянюк Э. Настольная книга копирайтера / Э. Слободянюк. – М. : Вершина, 2008.

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-Паблишинг, 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.

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 (например, «Google», «Chrome»); 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».

9. Лист дополнений и изменений

| № | Дата | Основание | Содержание | Лица, подтверждающие |
|---|------|-----------|------------|----------------------|
|---|------|-----------|------------|----------------------|

[illegible]