

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.05.2025 12:38:42
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Филологический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КОПИРАЙТИНГ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

СОВРЕМЕННАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Копирайтинг» входит в программу магистратуры «Современная международная журналистика» по направлению 42.04.02 «Журналистика» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра теории и истории журналистики. Дисциплина состоит из 3 разделов и 11 тем и направлена на изучение Дисциплина «Копирайтинг» входит в программу магистратуры «Современная международная журналистика» по направлению 42.04.02 «Журналистика» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра теории и истории журналистики. Дисциплина состоит из 3 разделов и 11 тем

Целью освоения дисциплины является Целью освоения дисциплины является Целью освоения дисциплины «Копирайтинг» является выработка представления о копирайтинге как объекте многоаспектного характера, требующего осмысления в коммуникативном и лингвистическом аспекте; представление теории рекламного текста в целом как научной основы оптимального анализа и организации текста

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Копирайтинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1 Знает виды, методы и концепции критического анализа; УК-1.2 Умеет применять виды, методы и концепции критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях; УК-1.3 Владеет основными принципами, определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций;
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Знает организационные и технологические методы, принципы и инструменты, используемые в проектной работе; методы, критерии и параметры представления, описания и оценки результатов/продуктов проектной деятельности; УК-2.2 Умеет разрабатывать техническое задание проекта, его план-график; составлять, проверять и анализировать проектную документацию; составлять и представлять результаты проекта в виде отчетов, статей, выступлений на конференциях; организовывать и координировать работу участников проекта; УК-2.3 Владеет навыками эффективной организации и координации этапов реализуемого проекта с целью достижения наилучшего результата при балансировании между объемом работ и ресурсами;
ПК-1	Способен создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов; выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов	ПК-1.1 Осуществляет регулярный мониторинг тем и проблем информационной повестки дня; ПК-1.2 Контролирует достоверность и полноту полученной информации, систематизирует факты и мнения;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	повышенной сложности	
ПК-3	Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-3.1 Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач; ПК-3.2 Составляет план действий по реализации проекта;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Копирайтинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Копирайтинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Профессионально-ознакомительная практика; Современные медиасистемы; Медиаэкономика; Методология и методика медиаисследований;	Преддипломная практика;
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	Профессионально-ознакомительная практика; Научно-исследовательская работа; Журналистика как социокультурный феномен; Социология массовых коммуникаций; Теория и практика внешнеполитической информационной деятельности; Деонтология журналистики; Аналитический комментарий в СМИ; International Economic Journalism; Философские основы науки и современного журнализма; <i>Актуальные проблемы СМИ стран Запада**;</i> <i>Гуманитарное право**;</i> <i>Работа журналиста в рамках дипломатических протокольных норм**;</i>	Преддипломная практика;
ПК-1	Способен создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной	Профессионально-ознакомительная практика; Современный медиатекст; Деонтология журналистики;	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	<p>сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов; выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности</p>	<p>Аналитический комментарий в СМИ; Философские основы науки и современного журнализма; <i>Актуальные проблемы СМИ стран Запада**</i>; <i>Гуманитарное право**</i>; <i>Аудиовизуальная информационная индустрия**</i>;</p>	
ПК-3	<p>Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p>Профессионально-ознакомительная практика; Информационные технологии в журналистике и научных исследованиях (включая технологии анализа и обработки данных);</p>	

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Копирайтинг» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	13		13
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	13		13
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	50		50
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Структура и содержание рекламного текста	1.1	Цели и задачи рекламного текста.	СЗ
		1.2	Прагматические особенности рекламных текстов.	СЗ
		1.3	Стилистика креолизованных текстов.	СЗ
		1.4	Содержание рекламного текста.	СЗ
Раздел 2	Языковые особенности рекламных текстов	2.1	Выразительные средства рекламной речи.	СЗ
		2.2	Рекламные жанры	СЗ
		2.3	Наименование.	СЗ
Раздел 3	Оформление рекламных текстов	3.1	Графический дизайн рекламного текста.	СЗ
		3.2	Пространственный дизайн рекламного текста.	СЗ
		3.3	Текст на разных поверхностях	СЗ
		3.4	Текст в сети.	СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Волкова И.И. Копирайтинг: теория и практика производства заказных текстов [Текст/электронный ресурс] : Учебно-методический комплекс / И.И. Волкова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2013. - 157 с
2. Евстафьев В.А. История российской рекламы. Современный период

- [Электронный ресурс] : Монография / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Дашков и К, 2017. - 872 с
- Костина А. В. Основы рекламы [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. - 4-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : КноРус, 2016. - 401 с
 - Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы [Текст] : Монография. Ч. 2 / В.Л. Музыкант. - М. : Евразийский регион, 1998. - 328 с.
 - Репьев А. П. Рекламодателю о рекламе / А.П. Репьев. - М. : Международного института рекламы, 2001. - 250 с.
 - Ученова В. В. История рекламы : Учебник для вузов / В.В. Ученова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2008, 2015. - 495 с.
- Дополнительная литература:*
1. Зазыкин В.Г. Психология в рекламе. [Текст] / В.Г. Зазыкин. - М. : Изд-во "ДатаСтром", 1992. - 64 с
 2. Земская Ю.Н. Спичрайтинг и копирайтинг: филология на службе у интегрированных маркетинговых коммуникаций [Текст] / Ю.Н. Земская, Е.А. Кузнецова // Филология и человек. - 2014. - №4. - С. 137 - 142.
 - Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования [текст] : Учебное пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2018. - 256 с.
 - Кириленко Н.П. Ambient media как новая форма рекламы: история и особенности [Текст] / Н.П. Кириленко, И.Г. Прангишвили // Вестник Российского университета дружбы народов: Литературоведение. Журналистика. - 2014. - №2. - С. 93-97.
 - Краткий гид по стилю для блогеров и digital-копирайтеров // ПИАР в России (PR). - 2013. - №1. - С. 18.
 - Прасолова Е. В. Мультимедийная история: особенности восприятия массовой аудиторией [Текст] / Е.В. Прасолова // Вестник Российского университета дружбы народов: Литературоведение. Журналистика. - 2016. - № 1. - С. 118 - 125.
 - Соколова О. В. Современная поэзия в мире рекламы: дейктическая организация поэтического и рекламного текстов [текст] / О.В. Соколова // Вестник Российского университета дружбы народов: Лингвистика. - 2013. - №1. - С. 28-37.
 - Солганик Г. Я. Практическая стилистика русского языка [Текст] : Учебное пособие для студ. филол. и жур. фак. вузов / Г.Я. Солганик. - 3-е изд., стереотип. - М. : Академия, 2008. - 304 с.
 - Солганик Г. Я. Стилистика современного русского языка и культура речи [текст] : Учебное пособие / Г.Я. Солганик, Т.С. Дроняева. - 3-е изд., стереотип. - М. : Academia, 2005. - 251 с.
 - Тангейт М. Всемирная история рекламы : Пер. с англ. / М. Тангейт. - 3-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 286 с.
 - Belch G. E. Advertising and Promotion: An integrated Marketing Communication Perspective / G.E. Belch, M.A. Belch. - 7th ed. ; Книга на английском языке. - New York : McGraw-Hill, 2007. - 820 p.
 - Duncan T. Principles of Advertising & IMC / T. Duncan. - 2nd ed. ; Книга на английском языке. - New York : McGraw-Hill, 2008. - 774 p.
- Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*
1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров
 - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Копирайтинг».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Попова Елена Олеговна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	--

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Мартыненко Елена Викторовна [М] Заведующий кафедр <i>Фамилия И.О.</i>
---	----------------------	--

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Мартыненко Елена Викторовна <i>Фамилия И.О.</i>
--	----------------------	---