

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.05.2025 17:17:53  
Уникальный программный ключ:  
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**  
**«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**  
**Институт мировой экономики и бизнеса**  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **КОПИРАЙТИНГ В РЕКЛАМЕ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

### **ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Копирайтинг в рекламе» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 8 тем и направлена на изучение этапов написания рекламного текста, его редактирования; видов и жанров рекламных текстов; формирование навыков написания рекламных текстов для различных носителей.

Целью освоения дисциплины является научить студентов умению на практике создавать тексты, необходимые на различных этапах рекламных и PR-кампаний.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Копирайтинг в рекламе» 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<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий                                      | ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;<br>ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;<br>ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций; |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;<br>ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;<br>ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;                                 |

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Копирайтинг в рекламе» 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 в рекламе».

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

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| ПК-1 | Способен участвовать в   | Производственная (проектная)                | Преддипломная практика;                  |

| Шифр | Наименование компетенции                                                                                                 | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|      | реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий                                                             | <p>практика;</p> <p>Производственная (ознакомительная) практика;</p> <p>Введение в специальность;</p> <p>История рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Основы менеджмента;</p> <p>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;</p> <p>Компьютерные технологии в дизайне рекламы;</p> <p>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;</p> <p>Основы связей с общественностью;</p> <p>Управление человеческими ресурсами;</p> <p>Информационные технологии в рекламе и PR;</p> <p>Теория и практика массовой информации;</p> <p>Психология рекламы и PR;</p> <p>Оmnikanальный маркетинг;</p> <p><i>PR в современном мире**;</i></p> <p><i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**;</i></p> <p><i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**;</i></p> <p><i>Разработка рекламной идеи**;</i></p> <p><i>Реклама в современном мире**;</i></p> <p><i>Организация работы отделов рекламы**;</i></p> <p><i>Организация работы PR-отделов**;</i></p> <p><i>Креативные коммуникации**;</i></p> <p><i>Современные технологии презентации**;</i></p> <p><i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i></p> <p><i>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**;</i></p> <p><i>Актуальные аспекты PR-деятельности**;</i></p> <p><i>Основы разработки PR-проектов**;</i></p> <p><i>Введение в журналистику**;</i></p> <p><i>Креатив в дизайне**;</i></p> <p><i>Практические аспекты в рекламе**;</i></p> |                                          |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | <p>Основы маркетинга;</p> <p>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;</p> <p>Компьютерные технологии в дизайне рекламы;</p> <p>Основы интегрированных</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Преддипломная практика;                  |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|      |                          | <p>коммуникаций в рекламе;<br/>         Основы связей с общественностью;<br/>         Информационные технологии в рекламе и PR;<br/>         Маркетинговые исследования;<br/>         Омниканальный маркетинг;<br/>         Событийный маркетинг**;<br/>         Разработка нового продукта**;<br/>         Креативные стратегии**;<br/>         Бренд-коммуникации**;<br/>         Организация работы отделов рекламы**;<br/>         Организация работы PR-отделов**;<br/>         Спичрайтинг**;<br/>         Менеджмент цифровых коммуникаций**;<br/>         Индустрия цифровых коммуникаций**;<br/>         Креатив в маркетинге**;<br/>         Визуальная коммуникация бренда**;<br/>         Спонсорство и партнерство**;<br/>         Культурные и креативные индустрии**;<br/>         Производственная (проектная) практика;<br/>         Производственная (ознакомительная) практика;</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 в рекламе» 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) |
|-------------------------------------------|--------------|----|-------------|
|                                           |              |    | 7           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 34           |    | 34          |
| Лекции (ЛК)                               | 17           |    | 17          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |    | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 17           |    | 17          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 20           |    | 20          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 18           |    | 18          |
| 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      | Введение                        | 1.1                       | Копирайтинг и его теоретические основания                            | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Жанры и виды рекламного текста  | 2.1                       | Нейм и слоган                                                        | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.2                       | Прямая почтовая реклама и коммерческие предложения                   | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.3                       | Текст для плаката, упаковки, интернет-баннера, наружной рекламы      | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.4                       | Рекламные тексты. Тексты для рекламного проспекта, лифлета, каталога | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.5                       | Рекламный текст для прессы                                           | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.6                       | Сценарии рекламного аудиоролика и видеоролика                        | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.7                       | Биржи копирайтинга и сервисы для работы копирайтера                  | ЛК, 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) |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекционная                 | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.                                                                       |                                                                                                                  |
| 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. Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. - Москва : Издательство Юрайт, 2024. - 124 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15275-3. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/542706>.

*Дополнительная литература:*

1. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики связей общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 484 с. : ил., табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706870>. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4499-3923-4. - DOI 10.23681/706870. - Текст : электронный.

2. Волкова, И.И., Изосимова, М.Н., Лебедева, Е.С. Копирайтинг в рекламе и PR: упражнения, задания, тесты. - Москва : Издательство РУДН, 2022. - 92 с. - ISBN: 978-5-209-10992-1.

3. Бочарова, Т.И. Рекламный текст. Сборник упражнений. - Москва : Издательство : Лань, 2021. - 88 с.

4. Шугерман, Д. Как создать крутой рекламный текст : принципы выдающегося американского копирайтера : практическое пособие : [16+] / Д. Шугерман ; науч. ред. А. Назайкин ; пер. с англ. С. Кировой. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 440 с. : ил. - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598835>. - ISBN 978-5-9614-1904-7. - Текст : электронный.

*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

<http://lib.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](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Копирайтинг в рекламе».

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

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Александрова Юлия

Александровна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

*Должность БУП*

*Подпись*

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой

*Должность, БУП*

*Подпись*

Трубникова Нина

Вадимовна

*Фамилия И.О.*