

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П.А. Машаров
«16» апреля 2026 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КОПИРАЙТИНГ

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины **«Копирайтинг»** для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №512 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2026 года.

Разработчик:
Ст. препод. кафедры журналистики

Т.В. Гудова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 27.03.2026 г. № 8

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2026 г.

Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета
Протокол от 15.04.2026 г. № 4.
Председатель

А.Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной
программы, д-р наук по соц. ком., доц.
14.04.2026 г.

И.М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Теория журналистики, Введение в специальность, Журналистские жанры.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Теория и практика рекламы: реклама в интернете, Современный рекламный и PR-текст, Производственная практика: преддипломная.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.4 Копирайтинг
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор вуза
Количество зачетных единиц / всего часов	3/ 108

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	4	7	22	22	-	64	108	экзамен
Очная, всего								
Заочная	4	7	4	4	-	100	108	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Копирайтинг» – изучить круг вопросов, связанных с формированием подготовки рекламного текста как основы рекламной информации, выявить закономерности подготовки текстового рекламного материала, главной идеей, которого является привлечение внимания целевой аудитории к тому или иному предложению на рынке.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1.1. Знает: технологию и практику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.1.2. Умеет: создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.1.3. Владеет: навыком создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Особенности копирайтинга в медиасфере.	
Тема 1. Копирайтинг как вид профессиональной деятельности. Технологии копирайтинга	Восприятия человеком печатного текста: что это требует от копирайтера. Алгоритмика восприятия текста в пространстве Роль контекста при восприятии текстового сообщения. Типы восприятия текста разными категориями читателей. Виды копирайтинга. Профессиональная этика копирайтера. Целевая аудитория копирайтера. Виды целевой аудитории. Приемы и технологии классической журналистики и рерайтинга, адаптированные к работе копирайтера. Информационный повод в копирайтинге.
Тема 2. Письменная коммуникация в рамках медиа- и PR-деятельности	Основы письменной коммуникации и классификация PR-материалов Технология написания письма в редакцию, пресс-релиза, бэкграундера, биографической справки, факт-листа, статьи, заявления для

	СМИ Составление медиа-, ньюс- и пресс-кита
Тема 3. Копирайтинг новости.	Технология написания текстов для средств массовой информации Основной рекламный текст (ОРТ), его составляющие и типы Ведущие современные жанры продвигающих текстов Жанровая особенность копирайтинга новости
Раздел 2. Особенности копирайтинга в сфере рекламы и маркетинга.	
Тема 4. Основы брифологии	Бриф (brief) как техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной кампании, промо-акции или др. проекта Основная цель брифа, способы его составления (дистанционный и диалоговый) Основные разделы клиентского брифа: Background, Target Audience (описание целевой аудитории), Objectives (цели и задачи), Insight (Инсайт), Budget (бюджет), Period (сроки)
Тема 5. Теория нейминга: коммерческое имя, дефинитор	Категории коммерческих имен Имя собственное и нейминг. Функции и требования к эффективному нэйму в маркетинге и коммуникации. Виды нэймов по целям Виды нэймов по процессу и механизму создания. Нэйм как интеллектуальная собственность. Технологии создания эффективного нэйма Типы заголовков с точки зрения их содержания. Способы привлечения внимания к заголовку Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания: непрозрачный (косвенный) и слепой заголовки
Тема 6. Копирайтинг визуальной рекламы. SEO-копирайтинг	Законы визуального восприятия как основы наружной рекламы. Билборды. Вывески Лайтбоксы и другие виды визуальной рекламы. Плакат и билборд: сходства и различия Виды плакатов. Соотношение визуального и вербального содержания в разных по видам плакатах Специфика использования листовок и буклетов. Листовка и флаер: дополнительная ценность носителя Требования к созданию макета листовок. Типы и требования к макетированию буклетов в зависимости от типа. Варианты оформления обратной связи Проблема уникальности контента интернет-

	сайтов, и пути решения ее копирайтерами
--	---

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 4, семестр – 7

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Особенности копирайтинга в медиасфере	9	9	-	28	46
Тема 1. Копирайтинг как вид профессиональной деятельности. Технологии копирайтинга	3	3	-	10	16
Тема 2. Письменная коммуникация в рамках медиа- и PR-деятельности	3	3	-	10	16
Тема 3. Копирайтинг новости	3	3	-	8	14
Раздел 2. Особенности копирайтинга в сфере рекламы и маркетинга	13	13	-	26	52
Тема 4. Основы брифологии	5	5	-	10	20
Тема 5. Теория нейминга: коммерческое имя, дефинитор	3	3	-	8	14
Тема 6. Копирайтинг визуальной рекламы. SEO-копирайтинг	5	5	-	8	18
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	22	22	-	52	108

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 4, семестр – 7

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Особенности копирайтинга в медиасфере	1	2	-	42	45
Тема 1. Копирайтинг как вид профессиональной деятельности. Технологии копирайтинга	-	0,5	-	12	12,5
Тема 2. Письменная коммуникация в рамках медиа- и PR-деятельности	1	1	-	14	16
Тема 3. Копирайтинг новости	-	0,5	-	16	16,5
Раздел 2. Особенности копирайтинга в сфере рекламы и маркетинга	3	2	-	58	63
Тема 4. Основы брифологии	1	0,5	-	20	21,5
Тема 5. Теория нейминга: коммерческое имя, дефинитор	1	0,5	-	20	21,5
Тема 6. Копирайтинг визуальной рекламы. SEO-копирайтинг	1	1	-	18	20
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	4	4	-	100	108

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1

1. Копирайтинг как вид профессиональной деятельности.
2. Типы восприятия текста разными категориями читателей.
3. Особенности копирайтинга в сфере связей с общественностью, рекламе, политических коммуникациях.
4. Виды копирайтинга.
5. Профессиональная этика копирайтера.
6. Целевая аудитория копирайтера. Виды целевой аудитории.
7. Основы письменной коммуникации и классификация PR-материалов.
8. Технология написания письма в редакцию, пресс-релиза, бэкграундера, биографической справки, факт-листа, статьи, заявления для СМИ.
9. Основной рекламный текст (ОРТ), его составляющие и типы.
10. Жанровая особенность копирайтинга новости.
11. Составление медиа-, ньюс- и пресс-кита.

Раздел 2

12. Основная цель брифа, способы его составления (дистанционный и диалоговый).
13. Реализация креативного подхода при создании рекламного объявления.
14. Параметры создания рекламы. Основные положения творческой платформы.
15. Теория нейминга: коммерческое имя, дефинитор.
16. Типы заголовков с точки зрения их содержания.
17. Способы привлечения внимания к заголовку.
18. Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания: непрозрачный (косвенный) и слепой заголовки.
19. Цели и виды слоганов и девизов. Основные требования к созданию слоганов.
20. Виды рекламных девизов. Подходы к созданию слоганов.
21. Проверка эффективности слогана при помощи контент-анализа и фокус-группы.
22. Формула для создания притягательного предложения (оферты).
23. Способы построения доверия и снятие у потенциального клиента всех возражений. Приемы побуждения человека к немедленному действию.
24. Формирование доверия по отношению к автору текста и продукту.
25. Ориентиры для написания основного текста печатной рекламы.
26. Структура и форматирование основного текста рекламы. Языковые нормы, грамматика и орфография.
27. Игра слов, рифмы, аллитерация. Психологические особенности восприятия рифмованного текста человеком.
28. Основные продукты копирайтинга, которые могут использовать рифму: слоганы, загадки, корпоративные песни (гимны), поздравления.
29. Законы визуального восприятия как основы наружной рекламы. Билборды. Вывески. Лайтбоксы и другие виды визуальной рекламы.
30. Плакат и билборд: сходства и различия. Виды плакатов. Соотношение визуального и вербального содержания в разных по видам плакатах.
31. Специфика использования листовок и буклетов. Листовка и флаер: дополнительная ценность носителя. Требования к созданию макета листовок.
32. Типы и требования к макетированию буклетов в зависимости от типа. Варианты оформления обратной связи.
33. Проблема уникальности контента интернет-сайтов, и пути решения ее копирайтерами.

7.2. Образец содержания экзаменационного билета

Филологический факультет

Кафедра журналистики

Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью
Форма обучения	Очная, заочная
Семестр	Седьмой/восьмой
Дисциплина	Копирайтинг

Экзаменационный билет № 1

1. Копирайтинг как вид профессиональной деятельности.
2. Основная цель брифа, способы его составления (дистанционный и диалоговый).
3. Практическое задание.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № __ от __.____.2026 г.
 Заведующий кафедрой И.М. Артамонова
 Экзаменатор Т.В. Гудова

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

7.3 Темы письменных работ (типы задач)

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 7, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 7, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	10
	Самостоятельная работа	30

	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в аудиториях 1-го корпуса (ул. Университетская, 24), учебно-методическом кабинете (ауд. 111) 3-го учебного корпуса (ул. Щорса, 17) университета. Для проведения лекционных и лабораторных занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры информационных систем управления (ауд. 206а).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Трищенко Д.А., Трищенко Е.Д. Копирайтинг: учебное пособие для вузов – М., Издательство Юрайт, 2022 - 124 с. – Текст: непосредственный.
2. Текст в современном копирайтинге. Сб. статей. – М., Фак. журн. МГУ, 2021 – 120 с. – Текст: непосредственный.

11.2. Дополнительная литература

3. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. 3-е изд., обновленное и дополненное: Питер; СПб., 2022. - 89 с. – Текст: непосредственный.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения:

01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «**КиберЛенинка**»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система «**Лань**»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт**: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ**: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив** ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).