Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 05.09.2026 09:56:58
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт графики и искусства книги имени В.А. Фаворского

УТВЕРЖДАЮ
И. о. директора
_____ /Я.В.Дмитриев/
«26» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Копирайтинг

Направление подготовки
54.04.01 Дизайн

Профиль
Графический дизайн

Квалификация

Магистр

Форма обучения
Очно-заочная

Москва, 2026 г.

К.э.н, доцент, доцент каф. «Художественно-техническое оформление печатной продукции»  /И.С. Самойленко/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Художественно-техническое оформление печатной продукции»,



/ Е.Б.Третьяк/

Заседание кафедры: 29 января 2025, протокол № 6

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 4
3 Структура и содержание дисциплины 4
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 4
3.2 Тематический план изучения дисциплины 4
3.3 Содержание дисциплины 5
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 6
3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 6
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 6
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 6
4.2 Основная литература 6
4.3 Дополнительная литература 6
4.4 Электронные образовательные ресурсы 6
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 7
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 7
5 Материально-техническое обеспечение 7
6 Методические рекомендации 7
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 7
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 7
7 Фонд оценочных средств 7
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 7
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 8
7.3 Оценочные средства 8

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель дисциплины «Копирайтинг» — освоение обучающимися магистратуры

Обучение по дисциплине «Копирайтинг» направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1: Способен проводить предпроектные дизайнерские исследования	ИПК-1.1 Выявляет существующие и прогнозировать будущие тенденции в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-1.2 Производит сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-1.3 Анализирует потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-1.4 Оформляет результаты дизайнерских исследований
ПК-3: Способен концептуально и художественно-технически разработать дизайн-проекты и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации	ИПК-3.1 Разрабатывает дизайн-концепции системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-3.2 Визуализирует образы проектируемой системы в целом и ее составляющих с помощью средств графического дизайна и специальных компьютерных программ, проработка эскизов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-3.3 Согласует с возможностями производства воспроизведение системы визуальной информации, идентификации и коммуникации ИПК-3.4 Подготавливает графические материалы по системе визуальной информации, идентификации и коммуникации для передачи в производство

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина взаимосвязана со следующими дисциплинами и практиками: Б1.2.1 Графический дизайн; ФТД.1 Анимационная графика; Б1 Философия бренда; Б2.2.1.1 Производственная практика (преддипломная); Б3.1 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц (72 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

Очно-заочная

№ п/п	Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
1	Аудиторные/контактные занятия	18	18
1.1	Лекции	4	4
1.2	Семинарские/практические занятия	14	14
2	Самостоятельная работа	54	54
3	Промежуточная аттестация		Зачет
	Итого	72	72

3.2 Тематический план изучения дисциплины

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Всего	Лекции	Семинарские/ практические	Лабораторные	Практическая подготовка	Самостоятельная работа
1	Тема 1. Копирайтинг как прикладная дисциплина, цель которой — выразить в речевой форме рекламные интенции (намерения), направленные на решение маркетинговых задач. Концепции мировых рекламных школ, касающиеся проблем копирайтинга	19	1	4	–	–	14
2	Тема 2. Последовательность подачи вербального и визуального материала в процессе порождения рекламного обращения. Копирайтинг в дизайне	19	1	4	–	–	14
3	Тема 3. Объекты деятельности копирайтера. Структурные элементы рекламного обращения	17	1	3	–	–	13
4	Тема 4. Приемы и методы составления рекламных материалов	17	1	3	–	–	13
Итого		**72**	**4**	**14**	**–**	**–**	**54**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Копирайтинг как прикладная дисциплина, цель которой — выразить в речевой форме рекламные интенции (намерения), направленные на решение маркетинговых задач. Концепции мировых рекламных школ, касающиеся проблем копирайтинга

Копирайтинг как прикладная дисциплина, цель которой — выразить в речевой форме рекламные интенции (намерения), направленные на решение маркетинговых задач. Предмет и объект копирайтинга. Рекламный текст как объект исследования. Отличие рекламного текста от текстов художественных, публицистических, научных и официально-деловых. Роль языковой функции воздействия, которая отличает рекламные обращения от объявлений. Школа Дэвида Огилви «Имидж торговой марки». Главное — сформировать образ торговой марки. То, что вы говорите, важнее того, как вы это скажете. Школа Уильяма Бернбаха «Мастерство исполнения». Исполнение может стать содержанием. Школа Лео Барнета «Талант общения». Школа Россера Ривеса «Уникальное торговое предложение».

Тема 2. Последовательность подачи вербального и визуального материала в процессе порождения рекламного обращения. Копирайтинг в дизайне

Сущность рекламной формулы AIDA. Речевые стратегии. Убеждение, восприятие, аргументация. Связь вербального и визуального, факторы, оказывающие влияние на восприятие текста и графики. Профессиональная реализация копирайтерских текстов в графической концепции.

Тема 3. Объекты деятельности копирайтера. Структурные элементы рекламного обращения

Структурные элементы рекламного обращения — слоганы и заголовки, основная часть рекламного текста, эхо-фраза, иллюстративные и графические элементы в печатной рекламе, а также техники представления рекламной идеи в языковой форме и характеристика языковых ресурсов современного русского языка. Фонетические и лексические средства, иллюстративные и графические элементы как части единой семиотической системы языковых средств выражения в рекламной практике.

Тема 4. Приемы и методы составления рекламных материалов

Рекламная идея как основа для создания слоганов и заголовков. Работа копирайтера над оптимизацией внешней структуры рекламного обращения и над содержанием

рекламного посыла. Выбор нужного языкового средства в ходе порождения рекламного текста.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

№ п/п	№ раздела/темы дисциплины	Тематика занятий	Трудоемкость, час.
1	Тема 1. Копирайтинг как прикладная дисциплина. Концепции мировых рекламных школ	Предмет и объект копирайтинга. Рекламный текст как объект исследования. Отличие рекламного текста от художественных, публицистических, научных и официально-деловых текстов. Роль языковой функции воздействия. Школы Дэвида Огилви, Уильяма Бернбаха, Лео Барнета и Россера Ривеса.	4
2	Тема 2. Последовательность подачи вербального и визуального материала. Копирайтинг в дизайне	Сущность рекламной формулы AIDA. Речевые стратегии. Убеждение, восприятие, аргументация. Связь вербального и визуального; факторы, влияющие на восприятие текста и графики. Профессиональная реализация копирайтерских текстов в графической концепции.	4
3	Тема 3. Объекты деятельности копирайтера. Структурные элементы рекламного обращения	Структурные элементы рекламного обращения и техники представления рекламной идеи в языковой форме. Фонетические и лексические средства, иллюстративные и графические элементы как части единой семиотической системы рекламного обращения.	3
4	Тема 4. Приемы и методы составления рекламных материалов	Рекламная идея как основа для создания слоганов и заголовков. Оптимизация внешней структуры рекламного обращения и содержания рекламного посыла. Выбор языковых средств при создании рекламного текста.	3

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Курсовой проект (курсовая работа) академическим учебным планом не предусмотрен.

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности. Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования направления 54.04.01 «Дизайн», утвержденным приказом МОН РФ от 13 августа 2020 г. №1004. подготовки «Дизайн цифровых медиа».

4.2 Основная литература

1. Бернадская Ю. С. Текст в рекламе: учебное пособие — М.: Юнити-Дана, 2012. — 288 с.

2. Дмитриева Л. М., Бернадская Ю. С. Социальная реклама: учебное пособие — М.: Юнити- Дана, 2012. - 271 с. 3. Преснякова Е. А Работа копирайтера: учеб. пособие — М.: ИУИТ, 2011. - 98 с.

3. Пендикова И. Г., Ракитина Л. С. Архетип и символ в рекламе: учебное пособие. — М.: Юнити-Дана, 2012. — 303 с.

4.3 Дополнительная литература

1. Руженцева Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов:

2. учеб. пособие — М.: Флинта: Наука, 2011. — 181 с.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Полезные учебно-методические и информационные материалы представлены на
2. сайтах:
3. Справочно-информационный портал «Русский язык» http://www.gramota.ru/:
4. Справочно-информационный интернет-портал http://www.gramma.ru/:
5. Русский филологический портал http://www.philology.ru:
6. Энциклопедия «Кругосвет» http://www.krugosvet.ru:
7. Словари русского языка http://www.slovari.ru:
8. Национальный корпус русского языка http://www.ruscorpora.ru:
9. Электронный образовательный ресурс
10. не предусмотрен

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Отдельный перечень в исходной программе не указан.

5 Материально-техническое обеспечение

Для реализации дисциплины используются учебные аудитории и специализированные пространства, оснащенные в соответствии с видами занятий, предусмотренными академическим учебным планом, с доступом к необходимым материалам, оборудованию и программным средствам.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

При реализации дисциплины используются виды контактной и самостоятельной работы, предусмотренные академическим учебным планом. Конкретные методы выбираются с учетом содержания темы: анализ примеров, обсуждение, выполнение практических и проектных заданий, просмотр и разбор результатов.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа выполняется по темам дисциплины и включает изучение материалов, подготовку заданий, проектов и материалов к текущему и промежуточному контролю в пределах часов, установленных академическим учебным планом.

Формы проведения занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации при необходимости адаптируются с учетом индивидуальных особенностей обучающегося и действующих локальных нормативных актов университета.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Формы промежуточной аттестации по АУП: Зачет.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

При оценивании учитываются полнота и корректность ответа или выполненной работы, обоснованность принятых решений, владение терминологией и методами дисциплины, качество представления результата и соблюдение требований задания.

Конкретная шкала применяется в соответствии с формой контроля, указанной в академическом учебном плане, и локальными нормативными актами университета.

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Текущий контроль

Оценочное задание 1. Раскройте содержание темы «Содержание дисциплины» и обоснуйте принятые решения в соответствии с задачами дисциплины.

7.3.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в формах, установленных АУП: Зачет.