

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.08.2026 14:04:54
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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:

52.05.04 ЛИТЕРАТУРНОЕ ТВОРЧЕСТВО

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

СЦЕНАРИСТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Копирайтинг» входит в программу специалитета «Сценарист кино и телевидения» по направлению 52.05.04 «Литературное творчество» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 3 тем и направлена на изучение принципов создания эффективных текстовых сообщений для медиасреды, включая специфику адаптации копирайтерских техник к задачам сценарного письма и продвижения аудиовизуальных проектов.

Целью освоения дисциплины является формирование у будущих сценаристов навыков написания продающих, информационных и имиджевых текстов, а также умения интегрировать копирайтерские приёмы в сценарные материалы (питчи, логлайны, синопсисы, промо-тексты) для успешной презентации кино- и телепроектов.

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-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Составляет, переводит и редактирует различные академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т.д.), в том числе на иностранном(ых) языке(ах); УК-4.2 Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях, включая международные, выбирая наиболее подходящий формат; УК-4.3 Аргументированно и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах);

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Копирайтинг» относится к обязательной части 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-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Профессионально-ознакомительная практика; Введение в языкознание; Практикум по орфографии и пунктуации; Иностранный язык**; Русский язык (как иностранный)**; Русский язык и культура речи; Основы писательского мастерства;	Издательское дело; Основы современного телепроизводства; Литературное мастерство (проза, поэзия, драма, литературная критика, очерк и публицистика, детская литература); Имагология**; Трансмедийный сторителлинг;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Литературная стилистика и редактирование; Жанровая система современного кино и телевидения; Второй иностранный язык (практический курс); Основы коммуникации и самопрезентации; Иностранный язык в профессиональной деятельности**; Русский язык (как иностранный) в профессиональной деятельности**; 	Редактирование сценария фильма и телепередачи; Семиотика**; Иностранный язык в профессиональной деятельности**; Русский язык (как иностранный) в профессиональной деятельности**; Эффективные коммуникации в телеиндустрии;

* - 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)
			6
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.	29		29
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	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	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы копирайтинга: цели, аудитория, структура текста	1.1	Цели, задачи и базовые принципы копирайтинга в медиаиндустрии.	определение копирайтинга и его место в системе медиакommunikаций; ключевые цели текста (информирование, убеждение, побуждение к действию) и связь с драматургическими задачами; понятие целевой аудитории и сегментация: как определять портрет зрителя/читателя и адаптировать тон и стиль сообщения; формула AIDA и другие модели вовлечения внимания; структура эффективного текста: заголовок, первый абзац, основная часть, призыв к действию; работа с тоном голоса (tone of voice) бренда и проекта; отличия копирайтинга от художественного письма и от сценарной речи; разбор типичных ошибок (канцелярит, клише, перегруженность деталями, отсутствие фокуса на выгоде); анализ примеров рекламных и промо-текстов для кино- и телепродуктов (трейлерные описания, карточки сериалов на платформах, пресс-релизы).	ЛК, СЗ
Раздел 2	Копирайтинг для презентации сценарных проектов	2.1	Тексты для питчинга и продвижения кино- и телепроектов: форматы и приёмы	логлайн: принципы построения, критерии ёмкости и привлекательности, типичные ошибки и способы их исправления; синопсис: структура и объём в зависимости от аудитории (редактор, продюсер, зритель), баланс между раскрытием интриги и сохранением интриги; сценарная заявка и питч-дек: ключевые блоки (концепция, жанр, референсы, целевая аудитория, уникальность, команда), визуальная подача и роль сопроводительного текста; промо-материалы для проектов: описание серии, карточки персонажей, слоганы и теги для соцсетей; адаптация одного и того же проекта под разные площадки и аудитории (кинорынок, стриминговая платформа, соцсети, СМИ); работа с референсами: как корректно и убедительно использовать аналогии с существующими фильмами и сериалами; этические и правовые аспекты: использование чужих названий, образов, цитат, вопросы интеллектуальной собственности при описании чужих проектов.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Практические форматы и интеграция копирайтинга в сценарную работу	3.1	Применение копирайтерских навыков в профессиональной деятельности сценариста	тексты для внутренних задач сценарной группы: тритменты, поэпизодные планы, комментарии к правкам — как писать ясно, лаконично и убедительно; коммуникация с продюсерами и редакторами: формулирование аргументов в пользу творческих решений, описание изменений, обоснование правок; создание контента для продвижения собственного портфолио: профили на профессиональных площадках, сопроводительные письма, посты о проектах; работа с обратной связью и редактурой: как воспринимать правки не как критику, а как задачу по улучшению текста; инструменты и сервисы для копирайтера (проверка читаемости, стилистические анализаторы, генераторы заголовков, базы синонимов) — их возможности и ограничения; кейс-стади: разбор реальных примеров успешных питчей, заявок и промо-материалов к отечественным и зарубежным проектам; практические задания: написание логлайна и синопсиса к собственному или учебному сценарию, подготовка питч-дека, создание набора промо-текстов под разные платформы, тренировка формулирования аргументов в защиту сценарных решений.	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. Волкова, И.И. Копирайтинг: теория и практика производства заказных текстов : учебно-методический комплекс / И.И. Волкова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2013. - 157 с. - http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=403257&idb=0
2. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: основы редактирования : учебное пособие для студентов вузов / Н.Г. Иншакова. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2018. - 256 с.
3. Магронт, М. Новости как профессия : учебное пособие для студентов вузов / М. Магронт. - М. : Аспект Пресс, 2015. - 120 с.
4. Михальская, А.К. Литературное мастерство: Creative Writing : учебник / А.К. Михальская. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 347 с.
5. Назайкин, А.Н. Современный копирайтинг. Как создавать тесты для литературы, кино, рекламы, СМИ, деловых коммуникаций, PR и SEO / А.Н. Назайкин. – М.: СОЛОН-Пресс, 2021. – 640 с.
6. Рыжкова, Е.В. Текст за текстом: как создавать контент системно, быстро и легко / Е.В. Рыжкова. – М.: Эксмо, 2021. – 240 с.

Дополнительная литература:

1. Белановский, А.С. Продающие сайты от А до Я / А.С. Белановский, К.Г. Белоусов. – М.: Омега-Л, 2016. – 232 с.
2. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие / С.Н. Бердышев. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2020. – 120 с.
3. Благова, А.Р. Текст: учебное пособие по функциональной стилистике русского языка / А.Р. Благова, Н.В. Кутукова. – М., 2020. – 156 с.
4. Бочарова, Т.И. Рекламные тексты. Сборник упражнений: учеб. пособ. / Т.И. Бочарова. – СПб.: Лань, 2020. – 88 с.
5. Гавриков, А.В. Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога / А.В. Гавриков, В.В. Давыдов, М.В. Федоров. – М.: Изд-во АСТ, 2020. – 352 с.
6. Гундарин, М. Корпоративный блог / М. Гундарин, Е. Гундарина. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 155 с.
7. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: кол. моногр. /

Науч.

ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. – М.: Флинта: Наука, 2018. – 328 с.

8. Каплунов Д. Копирайтинг массового поражения / Д. Каплунов. – М.: Питер, 2014. – 256 с.

9. Копирайтинг: 7+. Как создавать тексты для литературы, кино, рекламы, СМИ, деловых коммуникаций, PR и SEO: учебное пособ. / Назайкин А.Н. – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2017. – 314 с.

10. Копирайтинг: XXI век. Как создавать современные тексты: учеб. пособ. / Назайкин А.Н. – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2017. – 316 с.

11. Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью: мет. указания / сост. Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2014. – 49 с.

12. Кувшинская Ю.М. Академическое письмо. От исследования к тексту: учебник и практикум для бакалавриата / Ю.М. Кувшинская, Н.А. Завахина, Я.Э. Охапкина, Е.И. Гордиенко. – М.: Юрайт, 2019.

13. Музыкант В.Л., Скнарев Д.С. Эффективный копирайтинг в системе брендкоммуникаций (онлайн и офлайн среда): монография / В.Л. Музыкант, Д.С. Скнарев. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 270 с.

14. Нейминг в системе маркетинговых коммуникаций: мет. указания / сост. Д.С. Скнарев. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2012. – 48 с.

15. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов: учеб. пособ. / Н.Б. Руженцева. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2017. – 184 с.

16. Современный медиатекст: учеб. пособ. / отв. ред. Н.А. Кузьмина. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. – 416 с.

17. Чумиков А.Н., Горошко Е.И., Корнев М.С. PR, реклама, журналистика в Интернете: теория и практика: учеб. пособ. / А.Н. Чумиков, Е.И. Горошко, М.С. Корнев. – М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2019. – 239 с.

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/>
- Наукометрическая 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!**

РАЗРАБОТЧИКИ:

-------	-------	-------

Должность

Подпись

Петрова С.А.

Фамилия И.О

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

-------	-------	-------

Должность

Подпись

Барабаш В.В.

Фамилия И.О

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

-------	-------	-------

Должность

Подпись

Петрова С.А.

Фамилия И.О