МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по учебно-методической работе
_____/Печурина Г.Г./
«_____» _____2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ КОПИРАЙТИНГ

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Программа магистратуры: Продакт-менеджмент и маркетинг

Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: очно-заочная

факультет Технологии и дизайна
кафедра: Экономики и управления

курс, семестр	1 курс, 2 семестр	
Лекции	18 час./0,5 з.е.	Экзамен - семестр
Практические занятия	36 час./1,0 з.е.	Зачет 2 семестр
Лабораторные занятия	- час./- з.е.	
Самостоятельная работа	12 час./0,33 з.е.	
Всего	72 час./2 з.е.	
В т.ч. контактная работа	60 час. / 1,67 з.е.	
*В т.ч.в интер. форме	(- час.*)	

Новосибирск 2025

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования, уровень высшего образования – магистратура, направление подготовки 38.04.02 Менеджмент – Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 952.

2. Базовый учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент».

3. Общая профессиональная образовательная программа. Направление: 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг».

4. Рабочий учебный план. Направление: 38.04.02 «Менеджмент» (квалификация «магистр»). Программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг», набор 2025г. (очно-заочная форма обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

Разработчик:
канд. экон. наук, доц. _____ О.А. Сапрыкина

Рецензент:
канд. экон. наук, доц. _____ Н.И. Воронина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 1 от «29» августа 2025 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ
доц., канд.экон.наук _____ О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД
канд.техн.наук _____ Т.О. Бунькова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Паспорт процесса - аннотация 4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры 7
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины 8
4 Структура и содержание учебной дисциплины 11
5 Образовательные технологии 17
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины 18
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 20
8 Условия реализации программы дисциплины 23
9 Учебно-методическая карта дисциплины 24
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2025/2026 учебный год 25
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год 26
Приложение А 27

1 ПАСПОРТ ПРОЦЕССА - АННОТАЦИЯ

<table>
<tr><td>Обозначение документа</td><td>Пункт
ГОСТ Р ИСО
9001-2011</td><td>Наименование процесса</td></tr>
<tr><td>Шифр дисциплины
ФТД.01</td><td>7.3 и 7.5</td><td>Преподавание дисциплины
«Копирайтинг»</td></tr>
<tr><td colspan="2">Определение процесса:
Процесс преподавания дисциплины «Копирайтинг» для обучающихся очно-заочной формы обучения направление подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинг» ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</td><td>Цель процесса:
выполнение требований ФГОС ВО и формирование целостной системы знаний о методах и приемах копирайтинга.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Владелец процесса:
Кафедра Экономики и управления</td><td>Ответственный руководитель процесса:
доц., канд.экон.наук Сапрыкина О.А.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Входы процесса:
студенты и знания, полученные студентами при изучении дисциплин бакалавриата и специалитета, а также при изучении следующей дисциплины магистратуры:
- Технология подготовки научной документации;
- Методология научного творчества</td><td>Выходы процесса:
Перечень частных компетенций (в виде знаний, умений и навыков), полученных в ходе освоения разделов и тем дисциплины в рамках общих компетенций:
<u>Знать:</u>
-методики самооценки, самоконтроля и саморазвития профессиональной деятельности копирайтера с использованием подходов здоровьясбережения;
- современные техники и методики сбора данных в профессиональной деятельности копирайтера, продвинутые методы их обработки и анализа.
<u>Уметь:</u>
-решать задачи собственного личностного и профессионального развития, определять и реализовывать приоритеты совершенствования собственной деятельности в области копирайтинга;
- применять методики самооценки и самоконтроля в профессиональной деятельности копирайтера;
- применять методики, позволяющие улучшить и сохранить здоровье в процессе жизнедеятельности, работая копирайтером;
- использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач в деятельности копирайтинга.
<u>Владеть:</u>
- технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью копирайтера и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования</td></tr>
</table>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Шифр дисциплины ФТД.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Копирайтинг»

	в течение все жизни, в том числе с использованием здоровьесберегающих подходов и методик; - навыками разработки и осуществления исследовательских и аналитических проектов для информационного обеспечения принятия управленческих решений в области копирайтинга.
Требования к входам процесса: Соответствие требованиям ФГОС ВО, перечень компетенций, необходимых для изучения данной дисциплины. Выпускник должен обладать: – способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3); – способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6); – способен на основе обобщения и оценки результатов исследований актуальных проблем управления обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость (ПК-2).	Требования к выходам процесса: Перечень компетенций, освоенных в ходе изучения дисциплин (в соответствии с ФГОС ВО). Выпускник должен обладать: – способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (УК-6); – способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач; (ОПК-2).
Поставщики процесса: Кафедры, участвующие в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины: - Кафедра Гуманитарных наук и иностранных языков - Кафедра Технология и конструирование изделий из кожи и упаковочное производство	Потребители процесса: Обучающиеся 1 курса очно-заочной формы обучения магистратуры и их будущие работодатели
Управляющие воздействия: - ФГОС ВО - рабочий учебный план - рабочая программа по дисциплине - порядок проведения итоговой аттестации по дисциплине (зачет)	Основные ресурсы: 2 з.е (72 часа).: Лекции –18 часов; практические занятия – 36 часов; самостоятельная работа –12 часов; контактная работа – 60 часов. Аудиторный фонд; информационно-библиотечные ресурсы
Контролируемые параметры процесса: участие в аудиторной работе, устный опрос, выполнение индивидуального задания, выполнение практических работ, за-	Методы измерения параметров процесса: Рейтинговая шкала 100 баллов, зачёт

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Шифр дисциплины ФТД.01	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Копирайтинг»
чет		
Показатели результативности: выполнение запланированных мероприятий в срок; рейтинг, обеспечивающий допуск к зачету	Периодичность оценки: непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершении изучения дисциплины	

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина ФТД.01 «Копирайтинг» входит в факультативную часть рабочего учебного плана подготовки 38.04.02 «Менеджмент, программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг».

Таблица 2.1 - Принципы построения дисциплины

Принцип (особенность)	Содержание
1	2
Ядро дисциплины	Базовая часть дисциплины: 1. Стилистические особенности языка рекламы 2. Структура рекламного текста 3. Психологические средства воздействия в рекламных текстах и специфика составления различных видов рекламных текстов 4. Техники и приемы написания эффективных рекламных текстов
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Реклама; определение видов рекламы и жанров рекламных произведений; стилистическая принадлежность рекламных текстов; тропы и другие изобразительно-выразительные средства рекламных текстов; текст рекламного сообщения; структура; методика составления; структурные компоненты рекламного текста; слоган; заголовок; основной текст; эхо-фраза; понятие «уникальное торговое предложение» (УТП); мотивы рекламных текстов; особенности целевой аудитории; языковые средства воздействия в рекламном тексте; специфика составления рекламных текстов для телевидения, радио и печатных СМИ; техники привлечения внимания и воздействие на потенциального потребителя; игра в рекламном тексте; тестирование эффективности рекламного текста.
Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: - Учебная (ознакомительная) практика; - Бренд-менеджмент; - Управление маркетингом; - Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть дисциплины содержит: практические работы на темы: - Основные понятия копирайтинга; - Имя бренда; - Слоган; - Основной рекламный текст; - Разработка мини-проекта «Технология составления

Принцип (особенность)	Содержание
1	2
	творческого резюме»; - Составление рекламных текстов для телевизионной и радиорекламы; - Специфика составления рекламных текстов для наружной рекламы и интернет-реклама в современном мире; - Методы тестирования эффективности рекламных текстов товаров и услуг легкой промышленности; - Самоорганизация и саморазвитие в копирайтинге; - Информационно-аналитическая культура в копирайтинге
Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения	Возможность работать в своем темпе; подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности
Описание основных «точек» контроля	Промежуточный контроль; Рейтинговая шкала 100 баллов, зачёт
Дисциплина и современные информационные технологии	Текстовый редактор Word, электронные таблицы *Excel*, графический редактор Point и другие – как средство оформления документации.

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Копирайтинг» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины (цели дисциплины)

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1$_{УК-6}$ **Знать:** – методики самооценки, самоконтроля и саморазвития профессиональной деятельности копирайтера с использованием подходов здоровьясбережения; ИД-2$_{УК-6}$ **Уметь:** – решать задачи собственного личностного и профессионального развития, определять и реализовывать приоритеты совершенствования собственной деятельности в области копирайтинга; – применять методики самооценки и самоконтроля в профессиональной деятельности копирайтера; – применять методики, позволяющие улучшить и сохранить здоровье в процессе жизнедеятельности, работая копирайтером. ИД-3$_{УК-6}$ **Владеть:** – технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью копирайтера и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение все жизни, в том числе с использованием здоровьесберегающих подходов и методик	Текущий контроль: - устный опрос; -защита практических заданий; -защита индивидуального задания; - тестирование

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
Информационно-аналитическая культура	ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	*ИД-1$_{ОПК-2}$* **Знать:** – современные техники и методики сбора данных в профессиональной деятельности копирайтера, продвинутые методы их обработки и анализа *ИД-2$_{ОПК-2}$* **Уметь:** – использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач в деятельности копирайтинга. *ИД-3$_{ОПК-2}$* **Владеть:** – навыками разработки и осуществления исследовательских и аналитических проектов для информационного обеспечения принятия управленческих решений в области копирайтинга	Текущий контроль: - устный опрос; -защита практических заданий; - защита индивидуального задания; - тестирование

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(Выписка из рабочего учебного плана)

Форма контроля, семестр		Трудоемкость								Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах						в ЗЕ			1 курс	
		с преподавателями				СРС	К	Всего			1 сем.	2 сем.
экз.	зач.	аудиторные занятия			В т.ч. контаткная							
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	*2*	3	4	5	6	*7*	*8*	9		10	11	12
-	2	18	36	-	60	12	-	72	2	ЛК	-	18
										ПЗ	-	36
										ЛБ	-	-

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся трудоемкость						Формы текущего контроля успеваемости
		в часах					в з.е	
		ЛК	ЛБ	ПЗ	Контактная работа	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Стилистические особенности языка рекламы	4	-	8	13,2	3	0,45	- устный опрос; -защита практических заданий; -защита индивидуального задания; - тестирование
2	Структура рекламного текста	4	-	8	13,2	3	0,45	
3	Психологические средства воздействия в рекламных текстах и специфика составления различных видов рекламных текстов	4	-	8	13,2	2	0,42	
4	Техники и приемы написания эффективных рекламных текстов	2		6	9,2	2	0,31	
5	Самоорганизация, саморазвитие и информационно-аналитическая куль-	4		6	11,2	2	0,37	

№ п/п	Раздел дисциплины	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся трудоемкость						Формы текущего контроля успеваемости
		в часах					в з.е	
		ЛК	ЛБ	ПЗ	Контактная работа	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	тура копирайтера							
	Итого	18	-	36	60	12	2,0	Итоговый контроль - зачет

4.3 Содержание разделов учебной дисциплины по видам занятий

4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3.1 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
1	Стилистические особенности языка рекламы	ЛК-1.1	Реклама. Определение видов рекламы и жанров рекламных произведений	2	УК-6 ОПК-2
		ЛК-1.2	Стилистическая принадлежность рекламных текстов. Тропы и другие изобразительно-выразительные средства рекламных текстов	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-1	Специфика языка рекламы: наличие вербальной и невербальной составляющих; использование неологизмов, жаргонизмов; применение метафор, гипербол, приемов олицетворения и проч.	2	
		СИ-2	Креолизованные и некреолизованные рекламные тексты	1	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	0,8	
		КАТТ	Контроль за текущей успеваемостью	0,4	
		ИТОГО:		1,2	

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
Итого по разделу 1				∑4/3/1,2	
2	Структура рекламного текста	ЛК-2.1	Текст рекламного сообщения. Структура. Методика составления	2	УК-6 ОПК-2
		ЛК-2.2	Структурные компоненты рекламного текста. Слоган. Заголовок. Основной текст. Эхо-фраза. Понятие «уникальное торговое предложение» (УТП)	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-3	Жанровые особенности рекламных текстов	1	
		СИ-4	Классификация слогана и характерные особенности и правила составления. Классификация УТП	1	
		СИ-5	Эхо-фраза в рекламе: торгового знака компании, и ее обслуживание, продукты, товары, повышающие бренд.	1	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	0,8	
		КАТТ	Контроль за текущей успеваемостью	0,4	
		ИТОГО:		1,2	
Итого по разделу 2				∑4/3/1,2	
3	Психологические средства воздействия в рекламных текстах и специфика составления различных видов рекламных текстов	ЛК-3.1	Мотивы рекламных текстов. Особенности целевой аудитории	2	УК-6 ОПК-2
		ЛК-3.2	Языковые средства воздействия в рекламном тексте	1	
		ЛК-3.3	Специфика составления рекламных текстов для телевидения, радио и печатных СМИ	1	
	Самостоятельное изучение	СИ-6	Психологические особенности воздействия рекламных текстов на потребителя. Специфика рекламных текстов различных сфер деятельности. Реклама различных видов товаров и услуг.	1	
		СИ-7	Специфика составления рекламных текстов для наружной рекламы и интернет-реклама в современном мире	0,5	
		СИ-8	Социальная и политическая реклама. Характерные особенности текстов.	0,5	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ		

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	0,8	
		КАТТ	Контроль за текущей успеваемостью	0,4	
		ИТОГО:		1,2	
Итого по разделу 3				∑4/2/1,2	
4	Техники и приемы написания эффективных рекламных текстов	ЛК-4.1	Техники привлечения внимания и воздействие на потенциального потребителя. Игра в рекламном тексте.	1	УК-6 ОПК-2
		ЛК-4.2	Тестирование эффективности рекламного текста	1	
	Самостоятельное изучение	СИ-9	Техника создания эффективных заголовков. Мифология и драматургия рекламных роликов. Языковая игра как стилистический прием в рекламном дискурсе	1	
		СИ-10	Типичные ошибки в рекламных текстах и способы их устранения	0,5	
		СИ-11	Методы тестирования эффективности рекламных текстов товаров и услуг легкой промышленности	0,5	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита индивидуального задания		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	0,8	
		КАТТ	Контроль за текущей успеваемостью	0,4	
		ИТОГО:		1,2	
Итого по разделу 1				∑2/2/1,2	
5	Самоорганизация, саморазвитие и информационно-аналитическая культура копирайтера	ЛК-5.1	Самоорганизация и саморазвитие в копирайтинге	2	УК-6 ОПК-2
		ЛК-5.2	Информационно-аналитическая культура в копирайтинге	2	
	Самостоятельное изучение	СИ-12	Оценка эффективности деятельности копирайтера: понятие, сущность, методы	2	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита индивидуального задания, тестирование		
	Контактная работа	КСР	Контроль самостоятельной работы студентов	0,8	
		КАТТ	Контроль за текущей успеваемостью	0,4	
		ИТОГО:		1,2	

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
Итого по разделу 1				∑4/2/1,2	
Итого по *дисциплины*				∑18/12/6	
Итоговый контроль – зачёт					

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на цели	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
2 семестр				
УК-6 ОПК-2	ПЗ-1	Основные понятия копирайтинга	4	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссия); – составление глоссария по теме ПЗ; – выполнение индивидуальных заданий (реферат с подготовкой докладов (с презентацией); – контрольные вопросы
УК-6 ОПК-2	ПЗ-2	Имя бренда	4	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление хронологии основных направлений развития копирайтинга как профессиональной деятельности; – выполнение индивидуальных заданий (реферат с подготовкой докладов (с презентацией); – контрольные вопросы
УК-6 ОПК-2	ПЗ-3	Слоган	4	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня типов слоганов; – выполнение индивидуальных заданий (реферат с подготовкой докладов (с презентацией); – контрольные вопросы
УК-6 ОПК-2	ПЗ-4	Основной рекламный текст	4	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня основного рекламного текста; – выполнение индивидуальных заданий (реферат с подготовкой докладов (с презентацией);

Ссылки на цели	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
2 семестр				
				– контрольные вопросы
УК-6 ОПК-2	ПЗ-5	Разработка мини-проекта «Технология составления творческого резюме»	4	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление мини-проекта рекламной стратегии воображаемого товара; – выполнение индивидуальных заданий (реферат с подготовкой докладов (с презентацией); – контрольные вопросы
УК-6 ОПК-2	ПЗ-6	Составление рекламных текстов для телевизионной и радиорекламы	4	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – подготовка особенностей рекламного текста для телевизионной и радиорекламы; – выполнение индивидуальных заданий (реферат с подготовкой докладов (с презентацией); – контрольные вопросы
УК-6 ОПК-2	ПЗ-7	Специфика составления рекламных текстов для наружной рекламы и интернет-реклама в современном мире	4	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление перечня видов наружной рекламы; – выполнение индивидуальных заданий (реферат с подготовкой докладов (с презентацией); – контрольные вопросы
УК-6 ОПК-2	ПЗ-8	Методы тестирования эффективности рекламных текстов товаров и услуг легкой промышленности	2	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – тестирование товара или услуг (результат оформляется в произвольной форме); – выполнение индивидуальных заданий; – подготовка докладов (с презентацией)
УК-6 ОПК-2	ПЗ-9	Самоорганизация и саморазвитие в копирайтинге	4	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление глоссария по теме ПЗ; – выполнение индивидуальных заданий: план профессионального роста специалиста в области копирайтинга; – контрольные вопросы
УК-6 ОПК-2	ПЗ-10	Информационно-аналитическая культура в копирайтинге	2	– обсуждение вопросов по теме ПЗ (дискуссии); – составление глоссария по теме ПЗ; – выполнение индивидуальных заданий (проверка текста на различных сервисах в сети интернет);

Ссылки на цели	№ ПЗ	Наименование темы практического занятия	Объем, час	Учебная деятельность студента
2 семестр				
				– контрольные вопросы
Итого по дисциплине			∑36	

4.3.3 Лабораторные работы – не предусмотрены.

4.3.4 Курсовая работа (проект) – не предусмотрена.

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности магистров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций (таблица 5.1).

Таблица 5.1 – Интерактивные образовательные технологии

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СРС
1	2	3	4
Дискуссия	х		
IT-методы	х	х	х
Командная работа		х	х
Опережающая СРС			х
Проблемное обучение			х
Разбор конкретных ситуаций	х		
Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты			х

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы:

– теоретический материал дисциплины изучается на лекциях (с использованием мультимедиа);

– самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Интернет-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;

– закрепление теоретического материала при выполнении лабораторных работ с использованием IT-технологий, выполнение проблемно-ориентированных, творческих заданий.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт – менеджмент и маркетинг» квалификации «магистр» после изучения дисциплины «Копирайтинг» должен обладать следующими компетенциями, представленными в таблице 6.1. Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.2.

Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Копирайтинг»

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства*
УК-6	Универсальные	способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ЛК ПЗ СРС	-устный опрос; -защита практических заданий; -защита индивидуального задания; - тестирование; - зачёт
ОПК-2	Общепрофессиональные	способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач		

Таблица 6.2 - Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса	Форма контроля
1	Изучение учебно-методической и научно-методической литературы	1-5	Устный опрос
2	Подготовка к практическим работам и их защите	1-5	Устный опрос, защита ПЗ
3	Выполнение и защита индивидуального задания	1-5	Защита индивидуального задания
4	Подготовка к тестированию	1-5	Тестирование

На самостоятельную работу выделяется 12 часов.

6.2 Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Устный опрос;

К-2 Защита практических заданий;

К-3Защита индивидуального задания;

К-4 Тестирование;

К-5 Зачет по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс и вопросы для самостоятельного изучения.

Для оценки качества учебной деятельности обучающихся применяется балльно-рейтинговая система (БРС). Оценка по дисциплине за семестр равна сумме баллов за работу в семестре (0-80) и числа баллов полученных на зачёте (0-20). Максимальный рейтинг, который обучающийся может получить за семестр 100 баллов. Максимальный балл проставляется за качественное и своевременное выполнение работ и требований к ним по всем видам деятельности обучающихся.

Баллы за работу в семестре включают в себя:

Баллы за работу на лекции: присутствие на лекции; введение конспекта.

Баллы за практические занятия: присутствие на занятии; ритмичность работы; оформление отчета; защита отчета.

Баллы за индивидуальное задание: реферат – это учебно-исследовательская работа студента, направленная на углубленное изучение им определенной темы. Реферат, не соответствующий требованиям, не оценивается, такой реферат возвращается студенту на доработку. Защита рефератов открытая, за углубленную проработку отдельных вопросов реферата, выполнение презентации, студент может получить дополнительные баллы. При сдаче рефератов позже установленного срока баллы снижаются.

Баллы за самостоятельную и дополнительную работу: оценивается самостоятельное изучение обучающимся модулей курса. Самостоятельная работа может быть выполнена в виде сообщения, структурно-логической схемы, таблицы, конспекта. Обучающийся может получить дополнительные баллы, если выполнял творческую работу (презентации, наглядные образцы и др.).

Итоговая аттестация: изучение курса завершается зачётом. К зачёту допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 60 и более баллов. Зачёт проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за зачёт – 0, максимальное – 20. Обучающийся, набравший за семестр менее 60 баллов, к зачёту не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А.1, А.2).

6.2 Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Копирайтинг».

6.2.1 Вопросы к зачету

1. Копирайтинг: понятие и сущность
2. Технология копирайтинга

3. Виды рекламных текстов
4. Виды пиар текста
5. Рекламный текст для социального сообщества
6. Технологии рерайтинга
7. Основы профессионального речевого этикета в рекламе и пиаре.
8. Особенности пиар-текстов
9. Виды и типы пресс-релизов
10. Законы композиции и стиля, приемы убеждения в пиар- и рекламных текстах
11. Литературное редактирование: этапы и особенности каждого этапа
12. Виды проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
13. Виды брифов
14. Текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
15. Мотивы рекламных текстов.
16. Особенности целевой аудитории.
17. Языковые средства воздействия в рекламном тексте.
18. Специфика составления рекламных текстов для телевидения.
19. Специфика составления рекламных текстов для радио.
20. Специфика составления рекламных текстов для печатных СМИ.

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Копирайтинг» представлена в таблице 7.1.

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения заданий по дисциплине «Копирайтрнг» обучающиеся используют:

– программное обеспечение: Windows 10 Pro, MS Office 2019; LibreOffice; Microsoft SQLServer2017 Developer Edition;

– российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования eLIBRARY;

– профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

Некоммерческое партнерство «Гильдия маркетологов». - URL: https://www.marketologi.ru/;

Справочная правовая система КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/ (некоммерческая версия);

Информационно-правовой портал Гарант.ру. – URL: https://www.garant.ru/ (некоммерческая версия);

Научная электронная библиотека КиберЛенинка. – URL: https://cyberleninka.ru/.

Таблица 7.1 - Обеспечение образовательного процесса по образовательной программе 38.04.02 Менеджмент учебной и учебно-методической литературой

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров	Кол-во экземпляров литературы на одного обучающегося
ФТД.01	Копирайтинг	*Основная литература:* Б-1. Пономарева, А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник / А.М. Пономарева. – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 284 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=15743 Б-2. Кузнецов, П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: практическое пособие / П.А. Кузнецов. — Москва: Дашков и К°, 2023. — 131 с. – URL: https:// https://znanium.ru/read?id=431607 Б-3. Основы теории коммуникации: учебное пособие / отв. ред. О.Я. Гойхман. - Москва: ИНФРА-М, 2022. - 352 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=399669 Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие / О.Н. Ткаченко; под редакцией Л.М. Дмитриевой. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2025. - 176 с.- URL: https://znanium.ru/read?id=469552 Бизнес- коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учебное пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под реакцией О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. - Москва: ИНФРА-М, 2025. - 229 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=458198 Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва: Дашков и К°, 2022. — 322 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=431490 *Дополнительная литература:* Б-4. Шамина, И.С. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / И.С. Шамина. - Вологда: Инфра -Инженерия, 2018. - 260 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=326348 Б-5. Михальская, А.К. Литературное мастерство: Creative Writung: учебник / А.К. Михальская. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 347 с. - URL: https:// https://znanium.ru/read?id=430732 .	100% 100% 100% 100% 100% 100% 100% 1 1	

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров	Кол-во экземпляров литературы на одного обучающегося
		Б-6. Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: учебное пособие / А.М. Пономарева. – Москва: РИОР, 2022. – 247 с. - URL: https:// https://znanium.ru/read?id=399995 Б-7. Богданова, М.Я - копирайтер: Как зарабатывать с помощью текстов: практическое руководство / М. Богданова. - Москва: Альпина Паблишер, 2022. - 208 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=418088 Б-8. Шугерман, Д. Как создать крутой рекламный текст: принципы выдающегося американского копирайтера / Д. Шугерман; перевод с английского. - Москва: Альпина Паблишер, 2020. - 438 с. - URL: https:// https://znanium.ru/read?id=368689 Б-9 Иконникова, С. Легкий текст: Как писать тексты, которые интересно читать и приятно слушать: практическое руководство / С. Иконникова, Н. Зверева. - Москва: Альпина Паблишер, 2022. - 292 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=417931 *Учебно-методическая литература:* М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Копирайтинг» /О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина,2025. - 44 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru М-2 Сапрыкина О.А. Методические указания для самостоятельной работа обучающихся по учебной дисциплине «Копирайтинг» /О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, 2025. – 34 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru		

Заведующая библиотекой _____ Русских Н.И. _____

личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

- Лекции:

✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

- Практические работы

✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представляется в виде таблицы (табл.8.1).

Таблица 8.1 – Обеспечение образовательного процесса по программе оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения практических занятий

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
ФТД.01	Копирайтинг	Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук. Практические занятия: Ауд. 504 - Учебная для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (Ассортиментный кабинет): Аудиторная мебель – столы 12шт., стулья 14 шт., шкаф 3шт, стол преподавателя, доска аудиторная. Ноутбук с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине. Ауд. 214 - Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (компьютерный класс): Аудиторная мебель - компьютерные столы 11 шт., столы 3 шт., стулья 15 шт., компьютер в комплекте - 11 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя,	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
		доска аудиторная для писания мелом. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.	

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

2 семестр

№ нед.	Номер темы учебных занятий			Используемые учебно-методические материалы	Самостоятельная работа студентов (СРС)	Форма контроля
	ЛК	ПЗ	ЛБ			
1	2	3	4	5	6	7
1	ЛК-1.1	ПЗ-1		Б-1 – Б-6, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-2	БРС
2	ЛК-1.2	ПЗ-2		Б-1 – Б-6, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-2	БРС
3	ЛК-2.1	ПЗ-3		Б-1 – Б-6, М-1, М-2	СИ-3 – СИ-5	БРС
4	ЛК-2.2	ПЗ-4		Б-1 – Б-6, М-1, М-2	СИ-3 – СИ-5	БРС
5	ЛК-3.1	ПЗ-5		Б-1 – Б-6, М-1, М-2	СИ-6- СИ-8	БРС
6	ЛК-3.2 ЛК-3.3	ПЗ-6		Б-1 – Б-6, М-1, М-2	СИ-6- СИ-8	БРС
7	ЛК-4.1 ЛК-4.2	ПЗ-7		Б-1 – Б-6, М-1, М-2	СИ-9 – СИ-11	БРС
8	ЛК-5.1	ПЗ-8,9		Б-1 – Б-6, М-1, М-2	СИ-12	БРС
9	ЛК-5.2	ПЗ-9,10		Б-1 – Б-6, М-2	СИ-12	БРС
10				Б-1 – Б-6, М-2	СИ-1 – СИ-12	БРС
11				Б-1 – Б-6, М-2	СИ-1 – СИ-12	БРС
12				Б-1 – Б-6, М-2	СИ-1 – СИ-12	Зачёт

10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2025/2026 УЧЕБНЫЙ ГОД

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную	Кафедра	Предложения об изменениях в раб. программу и подпись зав. кафедрой	Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой
Учебная (ознакомительная) практика	ЭиУ		
Бренд-менеджмент	ЭиУ		
Управление маркетингом	ЭиУ		
Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы)	ЭиУ		

Декан ФТиД _____ Т.О. Бунькова _____ 29.08.2025 г. _____

личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1) ……..;
2) ……...

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры _____
«___» _____ 20___г.

Заведующий кафедрой_____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Заведующая библиотекой_____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Декан ФТиД _____
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 - Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Копирайтинг», 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг».

очно - заочная форма обучения

(1 курс, 2 семестр)

Вид контроля	Баллы	ДМ-1				ДМ-2					РР	ДМ-3				ДМ-4					РР	Всего
		ТР (неделя)									Итого	ТР (неделя)									Итого	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Посещаемость лк	0,8	*	*	*	*	*	*	*	*	*												7,2
Посещаемость пз	0,8	*	*	*	*	*	*	*	*	*												7,2
Конспекты лекций	5,1									*												5,1
Ритмичность (пз)	0,5	*	*	*	*	*	*	*	*	*												4,5
Оформление отчета по пз	1	*	*	*	*	*	*	*	*	*												9
Защита отчета по пз	2	*	*	*	*	*	*	*	*	*												18
Защита индивидуального задания	5				*					*												10
Самостоятельная работа	2		*		*		*	*		*												10
Тестирование	9									*												9
Дополнительные виды работ	10																					10
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)																						80
Зачет																						20
Рейтинг по дисциплине (итоговый)																						100

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль;ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; ПР-промежуточный рейтинг

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

Зав. кафедрой ЭиУ: _____ /О.А. Сапрыкина/

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Копирайтинг»
студента гр. _____

(курс 1, семестр 2)

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка									
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		защита		СР/защита ИЗ / тест	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	ЛК-1.1	2	Реклама. Определение видов рекламы и жанров рекламных произведений.	0,8		-		-		-		-	
2	ЛК-1.2	2	Стилистическая принадлежность рекламных текстов. Тропы и другие изобразительно-выразительные средства рекламных текстов.	0,8		-		-		-		2	
3	ЛК-2.1	2	Текст рекламного сообщения. Структура. Методика составления	0,8		-		-		-		-	
4	ЛК-2.2	2	Структурные компоненты рекламного текста. Слоган. Заголовок. Основной текст. Эхо-фраза. Понятие «уникальное торговое предложение» (УТП)	0,8		-		-		-		2	
5	ЛК-3.1	2	Мотивы рекламных текстов. Особенности целевой аудитории	0,8		-		-		-		-	
6	ЛК-3.2	1	Языковые средства воздействия в рекламном тексте	0,8		-		-		-		-	
	ЛК-3.3	1	Специфика составления рекламных текстов для телевидения, радио и печатных СМИ			-		-		-		2	
7	ЛК-4.1	1	Техники привлечения внимания и воздействие на потенциального потребителя. Игра в рекламном тексте.	0,8		-		-				-	
	ЛК-4.2	1	Тестирование эффективности рекламного текста			-		-				2	
8	ЛК-5.1	2	Самоорганизация и саморазвитие в копирайтинге	0,8		-		-					

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка									
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		защита		СР/защита ИЗ / тест	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
9	ЛК-5.2	2	Информационно-аналитическая культура в копирайтинге	0,8		-		5,1				2	
1	ПЗ-1	4	Основные понятия копирайтинга	0,8		0,5		1		2		-	
2	ПЗ-2	4	Имя бренда	0,8		0,5		1		2		-	
3	ПЗ-3	4	Слоган	0,8		0,5		1		2		-	
4	ПЗ-4	4	Основной рекламный текст	0,8		0,5		1		2		5	
5	ПЗ-5	4	Разработка мини-проекта «Технология составления творческого резюме»	0,8		0,5		1		2		-	
6	ПЗ-6	4	Составление рекламных текстов для телевизионной и радиорекламы	0,8		0,5		1		2		-	
7	ПЗ-7	4	Специфика составления рекламных текстов для наружной рекламы и интернет-реклама в современном мире.	0,8		0,5		1		2		-	
8	ПЗ-8	2	Методы тестирования эффективности рекламных текстов товаров и услуг легкой промышленности	0,8		0,5		1		2		-	
	ПЗ-9	2	Самоорганизация и саморазвитие в копирайтинге										
9	ПЗ-9	2	Самоорганизация и саморазвитие в копирайтинге	0,8		0,5		1		2		5 / 9	
	ПЗ-10	2	Информационно-аналитическая культура в копирайтинге										
\			Всего:	14,4		4,5		14,1		18		29	
			Дополнительный рейтинг:	10									
Итого:		44	Максимальный балл к зачёту:	14,4+4,5+14,1+18+29=80									
			Минимальный балл к зачёту:	60									

Примечание: Посещаемость лекций, практических занятий – 0,8 балла;

Проверка наличия конспектов лекций (неделя 9) – 5,1 балла;

Выполнение практического задания в срок (ритмичность) – 0,5 балла, отсутствие – 0 баллов, отработка – 0,3балла;

Составление отчёта о выполнении практического занятия – 1 балл;

Защита отчёта о выполнении практического занятия – 2 балла;

Выполнение и защита индивидуального задания – 5 баллов;

Контроль выполнения самостоятельной работы – 2 балла;

Тестирование – 9 баллов;

Дополнительные виды работ – 10 баллов;

Минимальный балл для допуска к зачёту – 60 баллов.

Преподаватель _____

Итого:	***Балл:***	***Оценка:***

Рецензия
на рабочую программу дисциплины
Копирайтинг
основной профессиональной образовательной программы
НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению 38.04.02 Менеджмент,
программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент, программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг» дисциплина изучается в рамках факультативной части подготовки академической магистратуры.

Разработчиком рабочей программы дисциплины (РПД) является доцент кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Сапрыкина О.А.

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	Цели изучения дисциплины	Да
2	Цели соотнесены с общими целями основной образовательной программы (ОПОП), в том числе: -имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ОПОП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (УК-6, ОПК-2): - по ФГОС ВО по направлению(ям), -по ОПОП	Да
5	При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведённые во ФГОС ВО по направлению(ям)	Да
6	Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объёмов	Да
7	Расчёт времени в программе соответствует объёму часов, отведённому на изучение дисциплины по учебному плану	Да
8	Представлен тематический план лекций и практических занятий	Да
9	Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине	Да
10	Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы; - методические рекомендации (материалы) преподавателю; -методические рекомендации студентам.	Да
11	Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля	Да
12	В приложении к программе приведены фонды оценочных материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; методические рекомендации по проведению практических занятий.	Да
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да
14	Выявленные недостатки/замечания/рекомендации рецензента: *(необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)*	Нет

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: *участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее*	Нет

РПД «Копирайтинг» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 38.04.02 «Менеджмент», программа магистратуры «Продакт-менеджмент и маркетинг» в представленном виде.

Рецензент:
канд.экон.наук, доц. Н.И. Воронина