МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ГАПОУ СО
«НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Утверждаю:
Зам. директора по УР
_____М.Г. Дмитриева
«__» _____2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.14 КОПИРАЙТ И НАПИСАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

УЧ 02-10.1-26

для специальности 42.02.01 «Реклама»

Нижний Тагил
2026

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Разработчик: Долгорукова Н.С., преподаватель первой категории ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОПИРАЙТ И НАПИСАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Копирайт и написание рекламных текстов» является частью общепрофессионального цикла профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 «Реклама».

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: Дисциплина «Работа с рекламным текстом» является важнейшим инструментом формирования будущего специалиста по рекламе. Именно умение создания яркого, креативного рекламного текста во многом сегодня обеспечивает успех профессии рекламиста, формирует чувство формы, стиль и особенности лингвистических характеристик рекламного продукта, вкус и верные оценочные характеристики качества рекламных текстов, умение образно мыслить, обладать большим запасом приемов воздействия на сознание покупателя на уровне как рационально-логического, эмоционального впечатления, так и воздействуя на подсознание через сугестивные методы, использованные в семантике и фонетике текстов.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины: является привитие студентам знаний, умений и навыков составления рекламных текстов, методик и принципов подходов к решению задач, стоящих перед копирайтером (создателем рекламного текста в разных формах).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

использовать свои знания в профессиональной деятельности; креативно подходить к созданию рекламных текстов для печати, радио, телевидения, наружной рекламы; свободно разбираться в значении и особенностях структуры рекламных текстов (зачине, ОРП, эхо-фразе, слогане и т.п.).

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать: приемы воздействия на сознание покупателя на уровне как рационально-логического, эмоционального впечатления, методы суггестии, особенности составления слогонов, рекламных текстов, знание методик анализа знаковых систем рекламных сообщений, умение классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы, навыки составления авторских рекламных текстов с учетом основных рекламных стратегий, свободное владение стилистическими приемами, умение ориентироваться в семиотической природе рекламы, знание структуры копирайтинга как профессиональной деятельности в рекламе, умение моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 132 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 92 часов;

самостоятельной работы обучающегося 40 часов.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «КОПИРАЙТ И НАПИСАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ»

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем часов***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	*132*
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	*92*
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	*40*
*Итоговая аттестация в форме **Д/зачет***	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Копирайт и написание рекламных текстов»

Наименование дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)*	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1.	**Введение.**	**6**	
Тема 1.1.	Содержание учебного материала		
	1. Значение восприятия рекламного текста покупателем. Профессия-копирайтер	2	1
	Самостоятельная работа обучающихся: выполнение творческого задания «создание девиза к рекламному ролику»	6	3
Тема 1.2.	2 Общая характеристика структурной организации вербальных сообщений в рекламе	4	
Раздел II.	**Работа с рекламным текстом**	**46**	
Тема 2.1.	3. Структура рекламного текста (три составляющие). Формы их построения.	6	1
Тема 2.2, 2.3.	4. Слоган в печатной рекламе	4	2
	5 Разработка слогана	8	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка к семинару	10	3
Тема 2.4.	6. Стилистика рекламного текста.	4	1
Тема 2.5.	7. Рекламный заголовок в печатных текстах	8	2
	Самостоятельная работа обучающихся: составление конспекта по теме по теме 2.4.	4	3
Тема 2.6.,2.7, 2.8	8. Эстетика рекламного текта. Драматургические конструкции в рекламных текстах.	4	1
	9. Основной рекламный текст (ОРТ)	6	1
	10. Эхо-фраза в печатной рекламе	6	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка к семинару	4	3
Раздел III.	**Семиотика рекламного текста**	**28**	
Тема 3.1.,3.2,3.3,3.4,3.5.	Содержание учебного материала		
	11. Фоносемантика рекламных текстов.	4	1
	Самостоятельная работа обучающихся: составление конспекта о теме 4.1.	2	3
	12. Использование архетипов в рекламных текстах.	6	1
	13. Коммуникативные стратегии рекламных текстов	6	2
	Самостоятельная работа обучающихся: составление конспекта о теме 4.3.	4	3
	14. Разновидности и особенности построения рекламных текстов в соответствии с формами рекламоносителей.	6	1
	15. Особенности оформления рекламных текстов	6	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка к семинару	4	3
Раздел IV	**Методы суггестии в создании рекламных текстов**	**12**	
	Содержание учебного материала		
Тема 4.1.	16. Апеллирование рекламы	2	1
Тема 4.2.,4.3.	Методы воздействия 17.	4	2
	Самостоятельная работа обучающихся:	3	3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	18.	Рекламный аргумент в текстах рекламы	2	1
	19	Создание творческих работ	4	2
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка к тесту		3	*3*
Всего:			**132**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «КОПИРАЙТ И НАПИСАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ»

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины «Копирайт и написание рекламных текстов» требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест:

- посадочные места по количеству обучающихся (столы и стулья);
- рабочее место преподавателя (стол и стул);
- доска классная;
- мультимедиа-система;
- комплект учебно-методических материалов по дисциплине «История изобразительного искусства».

Технические средства обучения в учебном кабинете по копирайту, включают в себя компьютерные и телекоммуникационные средства.

3.2. Информационное обеспечение обучения
Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная:

1. Герасимов, Б.И. Виды и средства распространения рекламы [Текст] : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм ; рец.: М. И. Долженкова, Ф. В. Пеньков. - М. : Форум, 2014. - 128 с.
2. Кутыркина, Л.В. Рекламная деятельность и рекламный бизнес: история, теория и технологии : сборник статей / Кутыркина Л.В., и др. — Москва : Русайнс, 2018. — 155 с. — ISBN 978-5-4365-1742-1. — URL: https://book.ru/book/922898
3. Ворошилов, В.В. Журналистика : учебник / Ворошилов В.В. — Москва : КноРус, 2020. — 491 с. — ISBN 978-5-406-07595-1. — URL: https://book.ru/book/932899

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Дополнительная:

1. Имшинецкая И. Креатив в рекламе. - М.: РИП-холдинг, 2019.

2. Фещенко Л.Г. Структура рекламного текста: Учебно-практическое пособие. – СПб. :Пресс,2019.

4. Феофанов О. Реклама: новые технологии в России.

5. Марочкина, С. С. Введение в специальность. Реклама [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 239 с.

6. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов. - М.:Флинта, Наука, 2018.

Интернет-ресурсы:

5.Рекламный текст: значение, структура, написание. - reklama.web-3.ru/text/.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «КОПИРАЙТ И НАПИСАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ»

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины «Копирайт и написание рекламных текстов» осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, презентаций, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
умения:	
использовать свои знания в профессиональной деятельности;	Текущий контроль: практическая работа, выполнение индивидуальных заданий
знания:	
характерные черты художественных стилей различных исторических эпох;	Текущий контроль: письменный опрос, устный опрос, тестирование
творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов	Текущий контроль: письменный опрос, устный опрос, тестирование

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы и методы контроля и оценки***
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация интереса к будущей профессии	*Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы*
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения задач, оценивать их эффективность и качество	– выбор и применение методов и способов решения поставленных задач – оценка эффективности и качества выполнения;	
Принимать решения в стандартных и	– решение стандартных и нестандартных задач в области	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	копирайта	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения задач, профессионального и личностного развития	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	
Работать в коллективе и в малой группе, эффективно общаться с коллегами, руководством	– взаимодействие с обучающимися, преподавателем в ходе обучения	
Самостоятельно определять задачи личностного развития, заниматься самообразованием	*– подготовка презентаций по темам курса*	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Лист подписей

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»
SHA-256 исходного документа: 1ea8c0a1fb1b6bef9f067b7e81e1d221e133df93340a2368f5cda649b137eb67
Документ: 12 страниц
Проверка подписей: https://sig.nttek.ru/v/QDhpSMlUPURVCbc9DeSa1tZAp20LUz06X3xE6wdElNb0UKlF
Печатная форма сформирована: 28.10.2026 14:31

№	Роль в подписи	Подписант	Сертификат	Дата и время подписания	Результат проверки
1	Утверждаю	Дмитриева Марина Георгиевна Заместитель директора по учебной работе	№ 7E9C18960643A37EF2C929CD1E513CCD, действителен с 08.10.2026 по 08.10.2027	28.10.2026 14:29:29	**подпись действительна** роль и должность подтверждены подписью

Печатная форма не подписывается и служит для удобства чтения. Юридическую силу имеют исходный PDF-документ и файлы электронных подписей (.sig). Подпись — усиленная неквалифицированная электронная подпись (ч. 3 ст. 5 Федерального закона № 63-ФЗ), выданная удостоверяющим центром колледжа.
Время указано по часовому поясу колледжа (Asia/Yekaterinburg, UTC+5).