

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Дымова Светлана Сергеевна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 25.02.2025 16:06:15  
Уникальный программный ключ:  
76dbca65a427c5a8906028245af279c57b2518e5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОПЦ.07 КОПИРАЙТИНГ И СТОРИТЕЛЛИНГ**

для специальности среднего профессионального образования

**42.02.01 РЕКЛАМА**

квалификация – специалист по рекламе

«Общепрофессиональный цикл»

основной профессиональной образовательной программы СПО

профиль профессионального образования: социально-экономический

**Москва, 2025**

Рабочая программа учебной дисциплины «Копирайтинг и сторителлинг» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Министерства просвещения России от 21 июля 2023 г. № 552

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина ОПЦ.07 «Копирайтинг и сторителлинг» является вариативной частью общепрофессионального цикла в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама»

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 05

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Цель - формирование у будущих специалистов теоретических знаний и практических навыков в области копирайтинга и сторителлинга.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК	Умения	Знания
ОК 5	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; сформировать у обучаемых систему ориентирующих знаний в области разработки и технологии производства контента	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений; ознакомить обучающихся с основными принципами повествования в медиатексте, богатством выразительных повествовательных возможностей в разных стилях и жанрах с совмещением элементов из разных знаковых систем

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	48
в т. ч. во взаимодействии с преподавателем:	
теоретическое обучение	
Практические и лабораторные занятия	28
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>26</b>
<b>Промежуточная аттестация дифференцированный зачет</b>	<b>3 семестр</b>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 1.</b>	<b>Копирайтинг</b>		
Тема 1.1 Копирайтинг: характеристика деятельности, основные навыки и функционал	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>1 Понятие и функции копирайтинга. Понятие профессионального стандарта и реалии современного рынка труда. Hard skills и soft skills копирайтера</p>	1	ОК 05
Тема 1.2. Свойства рекламного и PR-текстов. Целевая аудитория. Информационные поводы	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>1 Коммуникативная функция рекламного и PR-текстов. Отличие журналистского текста от рекламного и PR-текстов. Понятие целевой аудитории и способы ее изучения. Точки контакта с целевой аудиторией и методы вовлечения. Понятие и разработка контент-плана для традиционных и социальных медиа. Событийные и внеплановые информационные поводы и методы их отработки.</p> <p><b>Практические занятия</b></p> <p>№ 1 Форматы работы (командный и индивидуальный). Взаимодействие с заказчиком и работа в рамках технического задания.</p> <p>№ 2 Создание информационных поводов на основе обратной связи, негатива и провокаций.</p>	1	ОК 05
Тема 1.3. Типы контента. Форматы и рубрики для медиа. Основные этапы создания текстов. Сбор и обработка фактуры	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>1 Функции текста. Понятие форматов текстов и тематических рубрик для традиционных и новых медиа. Типы и задачи текстов для разных СМИ. Новостные и информационные тексты. Полезный контент. Вовлекающий контент. Этапы создания текста. Разработка плана. Определение источников информации. Типы источников информации: открытые и первоисточники. Работа с открытыми данными и фактчекинг.</p> <p><b>Практические занятия</b></p> <p>№ 3 Анализ и разработка развлекательного контента, вирусного контента.</p> <p>№ 4 Интервью как жанр и метод получения информации. Навыки и компетенции интервьюера. Подготовка к интервью. Форматы проведения интервью (переписка, телефонное и видеointервью, прямой эфир, живая беседа).</p>	2	ОК 05
		6	

<b>Раздел 2.</b>	<b>Сторителлинг</b>		
Тема 2.1. Сторителлинг как базовый прием создания текстов	<b>Содержание учебного материала</b>		
	1. Роль сторителлинга в современном мире. Сторителлинг как базовый способ подачи информации. Принципы сторителлинга и законы жанра. Образ героя и создание ролевой модели для аудитории. Метафора как универсальный прием при создании текста. Бесприкрытые темы подачи информации через живые кейсы. Принцип сопричастности и воздействие на целевую аудиторию.	2	ОК 05
	<b>Практические занятия</b> № 5 Встраивание клиентских кейсов в тексты. Нативность как ключевой принцип коммерческих текстов	4	ОК 05
Тема 2.2. Стилистические приемы для создания текстов и заголовков	<b>Содержание учебного материала</b>		
	1. Структура текста. Функции основных частей коммерческого текста. Особенности подготовки информационных и аналитических материалов для СМИ. Приемы вовлекающего начала: провокация, вопрос, цитата, цифра, факт. Принцип «перевернутой пирамиды». Диалоги в тексте.	2	ОК 05
	<b>Практические занятия</b> № 6 А) Создание рекламной кампании для нового продукта: Придумайте новый продукт, который только что выпустила ваша компания (например, инновационный фитнес-браслет). Разработайте историю, которая рассказывает о том, как этот продукт изменил жизнь одного из клиентов. Напишите сценарий для видеоролика длительностью 1-2 минуты, в котором представлены основные особенности продукта и история клиента. Убедитесь, что история эмоционально вовлекает зрителя и подчеркивает преимущества продукта. Б) Сторителлинг для социальной рекламы. Задание: Выберите социальную проблему (например, защита окружающей среды или безопасность дорожного движения). Разработайте историю с участием одного человека или группы людей, которые сталкиваются с этой проблемой. Напишите текст для серии социальных постов (5-7 постов), которые будут освещать эту историю. Убедитесь, что каждый пост привлекает внимание к различным аспектам проблемы и предлагает возможные решения, включая действия, которые могут предпринять ваши читатели.	6	ОК 05
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>20</b>	
	<b>Промежуточная аттестация дифференцированный зачет</b>	<b>3 сем.</b>	
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>48</b>	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебный кабинет общепрофессиональных дисциплин.

Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативам и оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения.

##### Оборудование учебного кабинета:

- классная доска;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет;
- мультимедийный проектор;
- учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических занятий. В соответствии с п.4.4. ФГОС СПО допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся оснащен оборудованием и техническими средствами обучения с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и выходом в локальную сеть с доступом в «Личный кабинет» обучающегося.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### Основные источники:

1. Луговой Д.Б. Копирайтинг: учебное пособие / Д.Б. Луговой; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь: СКФУ, 2017. - 131 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483728>

2. Судоргина З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. - Изд. 2-е. - Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 2014. - 288 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458>

3. Музыкант В.Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн - и офлайн-среда): монография / В.Л. Музыкант, Д.С. Скнарев. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 274 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064>

4. Шугерман, Д. Как создать крутой рекламный текст : принципы выдающегося американского копирайтера : практическое пособие : [16+] / Д. Шугерман ; науч. ред. А. Назайкин ; пер. с англ. С. Кировой. – Москва : Альпина Паблишер, 2020. – 440 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598835>

5. Уткин, А. Белое зеркало : учебник по интерактивному сторителлингу в кино, VR и иммерсивном театре : учебное пособие : [16+] / А. Уткин, Н. Покровская ; науч. ред. А. Качкаева. – Москва : Альпина Паблишер, 2020. – 240 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598254>

### **Дополнительные источники:**

1. Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) / В. Л. Музыкант, Д. С. Скарнев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 276 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064>

2. Системность массовых коммуникаций: образы «свой-чужой» в инфодемии / В. Л. Музыкант, В. В. Барабаш, Г. А. Бордюгов [и др.] ; ред. В. Л. Музыкант, В. В. Барабаш. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 368 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600809>

3. SEO-копирайтинг 2.0 : как писать тексты в эру семантического поиска : практическое пособие : [16+] / И. С. Шамина, А. С. Ушакова, Е. А. Ткаченко [и др.] ; под общ. ред. И. С. Шаминой. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 261 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493859>

4. Халилов, Д. Метод скользкой горки : сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей : практическое пособие : [16+] / Д. Халилов ; ред. Л. Иванова. – Москва : Альпина Паблишер, 2022. – 584 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707674>

### **Интернет источники**

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям

### **Программное обеспечение**

1. Операционная система Microsoft Windows 10
2. Пакет программ Microsoft Office Professional Plus
3. 7-zip GNU Lesser General Public License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
4. Интернет браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно)

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Методы оценки</i>
<p><b>Усвоенные знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– способы создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</li></ul> <p><b>Усвоенные умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</li></ul>	<p>Устный опрос. Письменный опрос. Тестирование на знание терминологии по теме. Наблюдение за выполнением практического задания (деятельностью студента). Оценивание подготовки студентов к занятию. Анализ выполнения практических заданий и самостоятельных работ. Оценка выполнения практического задания (работы). Оценка выполнения самостоятельной работы Выполнение задания на дифференцированном зачете</p>