

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Кафедра маркетинга
Факультет "Высшая школа управления"

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева
Сертификат: N/c55sBLxhVOd2lrZTCqGNrYGpxBBSvn
Дата: 21.03.2025 г.

М. Б. Понявина

Копирайтинг

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.06 - Торговое дело

Образовательная программа:

Электронная коммерция

Профиль

Электронная коммерция

Рекомендовано

Факультет "Высшая школа управления"

(протокол №53 от 20.05.2025)

Одобрено

Кафедра маркетинга

(протокол №10 от 28.04.2025)

Москва 2025

Содержание

Наименование разделов РПД		Стр.
1.	Наименование дисциплины	5
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4.	Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	6
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	6
5.1.	Содержание дисциплины	6
5.2.	Учебно-тематический план	8
5.3.	Содержание семинаров, практических занятий	9
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для	12

	самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	12
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	14
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	16
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	23
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	25
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	25
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных	28

	справочных систем	
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	29

1. Наименование дисциплины

«Копирайтинг».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-7	Способен управлять реализацией стратегии интернет-продвижения и коммуникационными системами, интегрировать различные средства онлайн-продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций	1. Интегрирует различные средства онлайн-продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, а также, используя навыки копирайтинга и веб-райтинга, организует и контролирует работу по реализации стратегии интернет-продвижения	Знать: различные средства онлайн-продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций Уметь: организовывать и контролировать работу по реализации стратегии интернет-продвижения
		2. Корректирует стратегию интернет-продвижения на основе анализа достигнутых результатов и выявленных причин расхождений между текущими и	Знать: стратегию интернет-продвижения Уметь: корректировать стратегию интернет-продвижения

		плановыми показателями	
--	--	------------------------	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Копирайтинг» относится к «Модулю дисциплин дополнительной квалификации - специалист по интернет-маркетингу»

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	50	50
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Семинары, практические занятия</i>	34	34
Самостоятельная работа	58	58
Вид текущего контроля	Проектная работа;	Проектная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет;	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Основы эффективного копирайтинга для интернет-магазинов

Изучение принципов написания текста, который увеличивает конверсию. Как выделять ключевые преимущества товара и создавать привлекательные описания: Введение в копирайтинг и его роль в электронной коммерции. Разница между копирайтингом и контент-маркетингом. Ключевые элементы продающего текста. Как создать захватывающий заголовок: триггеры и техники написания. Структурирование текста: параграфы, списки, выделение ключевых пунктов. Разработка призыва к действию (СТА): как стимулировать покупки. Анализ целевой аудитории. Методы сбора информации о клиентах: опросы, анализ поведения. Сегментация аудитории: создание клиентских аватаров. Структура описаний товаров. Представление характеристик товаров. Важность акцента на преимуществах для потребителя. Применение SEO-терминов: ключевые слова, синонимы и падежи. Примеры успешных описаний товаров. Разбор конкретных примеров. Ошибки, которых следует избегать в описаниях.

Тема 2. Роль SEO в копирайтинге

Основы SEO, понимание поисковой оптимизации и основные принципы внедрения SEO для интернет-магазинов Исследование ключевых слов, инструменты для подбора ключевых слов, анализ конкурентов и их подходы к подбору ключевых слов. Интеграция ключевых слов в тексты, комбинирование ключевых слов с естественным потоком текста, избегание переспама и поддержание высокого качества контента. Оптимизация заголовков и метаописаний, принципы написания метаописаний с акцентом на длину, структуру и мотивацию к клику, методы оптимизации заголовков для поисковых систем. Анализ инструментов и ресурсов, оценка наиболее полезных инструментов для проверки аналитики SEO, использование Google Analytics для анализа текстовой эффективности.

Тема 3. Эмоциональный копирайтинг и создание доверия

Психология эмоций и её влияние на принятие решений о покупке, понимание того, как эмоции управляют поведением потребителей, применение принципов нейромаркетинга в копирайтинге.

Storytelling как метод создания запоминающихся историй, структура хорошей истории, включая начало, середину и конец, методы создания историй, связанных с брендом. Создание ценностного предложения, определение уникального торгового предложения и акцент на выгодах и важности для клиента. Методы формирования доверия, роль отзывов и кейсов успешных клиентов, применение гарантий возврата и других доводов. Примеры успешных кейсов, разбор компаний, применяющих эмоциональный копирайтинг, анализ успешных подходов и извлечение уроков.

Тема 4. Копирайтинг для социальных сетей и рекламы

Основы копирайтинга для социальных сетей, отличия в подходах к копирайтингу для разных платформ. Создание контента, который привлекает внимание, важность визуальной составляющей, выбор изображений и видео, взаимодействие заголовков и текстов для формирования интереса. Адаптация сообщений для различных аудиторий, использование "персоны" для целенаправленного формирования контента, учет культурных контекстов и интересов целевой аудитории. Примеры успешных рекламных кампаний, анализ известных примеров с акцентом на работоспособность подходов, изучение провальных примеров и извлечение уроков. Тестирование и анализ эффективности, проведение А/В тестирования текстов, метрики для оценки успешности рекламных кампаний.

5.2. Учебно-тематический план

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем(разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Основы эффективного копирай	26	12	4	8	14

	тинг для интерне т- магазин ов					
2	Роль SEO в копирай тинге	26	12	4	8	14
3	Эмоцио нальный копирай тинг и создани е доверия	26	12	4	8	14
4	Копирай тинг для социаль ных сетей и реклам ы	30	14	4	10	16
	Итого	108	50	16	34	58

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Основы эффективного копирайтинга для интернет-магазинов	Введение в копирайтинг и его значимость в электронной коммерции - Важность качественного текста для увеличения продаж - Различия копирайтинга и контент-маркетинга - Ключевые элементы продающего текста - Создание	Устный опрос, дискуссия на круглом столе, групповой разбор мини- кейсов.

	привлекающего внимание заголовка - Триггеры и техники написания - Структурирование текста с использованием параграфов, списков и выделения ключевых пунктов - Разработка призыва к действию для стимулирования покупок - Методы анализа целевой аудитории и сбор информации о клиентах - Сегментация аудитории и создание клиентских аватаров - Структура описаний товаров и представление характеристик - Акцент на преимуществах для потребителя - Применение SEO-терминов - Примеры успешных описаний товаров и разбор ошибок	
Роль SEO в копирайтинге	- Основы SEO и понимание поисковой оптимизации - Принципы внедрения SEO для интернет-магазинов - Исследование ключевых слов и инструменты для их подбора - Анализ конкурентов и их подходы - Интеграция ключевых слов в тексты - Оптимизация заголовков и	Устный опрос, дискуссия на круглом столе, групповой разбор мини- кейсов.

	метаописаний - Принципы написания метаописаний и методы их оптимизации - Анализ инструментов и ресурсов для проверки аналитики SEO - Использование отдельных сервисов для анализа текстовой эффективности	
Эмоциональный копирайтинг и создание доверия	- Психология эмоций и её влияние на принятие решений - Применение принципов нейромаркетинга в копирайтинге - Storytelling как метод создания запоминающихся историй - Структура хорошей истории и её компоненты - Создание ценностного предложения и определение уникального торгового предложения - Методы формирования доверия и роль отзывов - Примеры успешных кейсов и анализ их подходов	Устный опрос, дискуссия на круглом столе, групповой разбор мини- кейсов.
Копирайтинг для социальных сетей и рекламы	- Основы копирайтинга для социальных сетей - Отличия в подходах к копирайтингу для различных платформ - Создание контента, который привлекает	Устный опрос, дискуссия на круглом столе, групповой разбор мини- кейсов.

	внимание - Важность визуальной составляющей и взаимодействие заголовков с текстами - Адаптация сообщений для различных аудиторий - Примеры успешных рекламных кампаний и изучение провалов - Тестирование и анализ эффективности рекламных текстов - Метрики для оценки успешности рекламных кампаний	
--	--	--

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Основы эффективного копирайтинга для интернет-магазинов	- Методы анализа целевой аудитории и сбор информации о клиентах - Сегментация аудитории и создание клиентских аватаров - Структура и формирование описаний товаров - Подходы к акцентированию преимуществ товаров - Использование SEO-терминов в описаниях продуктов - Анализ	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса

	успешных примеров и ошибки, которых следует избегать - Изучение специфики копирайтинга в узкоспециализированных отраслях - Подходы к созданию контента для целевых, нишевых аудиторий - Изучение примеров успешного копирайтинга в нишевых сегментах	
Роль SEO в копирайтинге	- Как использовать визуальный контент для усиления текстов - Интеграция инфографики и видеоматериалов в копирайтинг	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса
Эмоциональный копирайтинг и создание доверия	-Создание эффективных e-mail рассылок: от заголовка до кнопки СТА - Стратегии сегментации и персонализации в e-mail копирайтинге - Анализ успешных примеров e-mail кампаний - Влияние копирайтинга на опыт пользователя - Как писать тексты, которые обеспечивают удобство и простоту - Подходы к интеграции копирайтинга в процесс разработки UX	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса
Копирайтинг для	- Методы оценки	- работа с конспектом

социальных сетей и рекламы	качества и эффективности текстов - A/B-тестирование и его применение в копирайтинге - Сбор обратной связи и улучшение стратегии на основе данных - Обзор новых тенденций и технологий, влияющих на копирайтинг - Адаптация и внедрение будущих трендов в стратегию создания контента	лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; - подготовка к решению кейса
----------------------------	--	---

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Вопросы

1. Что такое копирайтинг и как он отличается от контент-маркетинга?
2. Какие ключевые элементы продающего текста вы бы выделили? Приведите примеры.
3. Как можно увеличить конверсию на сайте с помощью копирайтинга?
4. Объясните значение заголовков и их влияние на читателя. Как создать привлекающий внимание заголовок?
5. В чем заключается роль анализа целевой аудитории в копирайтинге?
6. Каковы наиболее эффективные методы создания эмоционального отклика у читателя через текст?
7. Как SEO влияет на копирайтинг? Какие аспекты необходимо учитывать при написании текстов для интернет-магазина?

Задания

1. Провести анализ трех различных интернет-магазинов. Определите сильные и слабые стороны их копирайтинга.
2. Написать текст для описания товара, обращая внимание на ключевые элементы и структуру.
3. Создать 3 варианта заголовков для одной и той же рекламной кампании, используя разные подходы.
4. Разработать короткий storytelling для продвижения конкретного продукта в интернет-магазине.
5. Провести исследование ключевых слов для выбранной категории товаров и представить результаты.
6. Написать метаописания для трех различных страниц продукта и проанализировать их.

Темы для проектной работы

1. Разработка стратегии копирайтинга для стартапа в сфере электронной коммерции.
2. Анализ и оптимизация контента интернет-магазина: от описаний товаров до метаописаний.
3. Создание руководства по копирайтингу для социальных сетей для конкретного бренда.
4. Исследование влияния визуального контента на эффективность текстов в интернет-рекламе.
5. Стратегия применения эмоционального копирайтинга в рамках запуска нового продукта.
6. Разработка системы оценки эффективности копирайтинга в интернет-магазине на основе аналитики.

Дополнительная информация:

Темы для обсуждения

1. Влияние копирайтинга на поведение потребителей в электронной коммерции.
2. Ключевые принципы создания эффективного продающего текста.

3. Роль SEO в копирайтинге: как сочетать продвижение и привлечение клиентов.
4. Эмоциональный копирайтинг: как завоевать доверие клиента.
5. История копирайтинга: от традиционных медиа до цифровой эпохи.
6. Анализ успешных примеров копирайтинга в электронных магазинах.
7. Способы повышения конверсии с помощью копирайтинга на сайте.
8. Целевая аудитория: как ее исследовать и учитывать в копирайтинге.
9. Практические советы по написанию эффективных заголовков.
10. Влияние социальных сетей на стратегию копирайтинга.
11. Мета-теги и их влияние на видимость в поисковых системах.
12. Психология копирайтинга: как создать текст, который продает.
13. Копирайтинг и email-маркетинг: как написать текст, который прочитают и кликнут.
14. Роль визуала в копирайтинге: как изображения усиливают текст.
15. Новейшие тенденции и технологии в копирайтинге.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. *Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.*

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

ПК-7 Способен управлять реализацией стратегии интернет-продвижения и коммуникационными системами, интегрировать различные средства онлайн-продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций

1) 1. Интегрирует различные средства онлайн-продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, а также, используя навыки копирайтинга и веб-райтинга, организывает и контролирует работу по реализации стратегии интернет-продвижения

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: различные средства онлайн-продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций

Уметь: организовывать и контролировать работу по реализации стратегии интернет-продвижения

Типовые контрольные задания

Сценарий : Вы работаете в качестве менеджера по маркетингу в компании, занимающейся продажей экологически чистых товаров для дома. Ваша задача — разработать комплексную стратегию интернет-продвижения нового продукта — многоразовых эко-сумок.

Этапы задания :

1. Анализ рынка и целевой аудитории:

- Проведите исследование рынка, определите целевую аудиторию для эко-сумок, их предпочтения и потребности.

- Подготовьте краткий отчет, в котором выделите ключевые характеристики вашей целевой аудитории.

2. Определение стратегии интернет-продвижения:

- Разработайте комплексную стратегию интернет-продвижения, которая включает контентный маркетинг, SEO, SMM, email-маркетинг и PPC-рекламу.

- Опишите, как эти инструменты будут использоваться для достижения поставленных целей.

3. Интеграция коммуникационных систем:

- Сформируйте единый план коммуникации, в котором учтите, как различные каналы и средства онлайн-продвижения будут взаимодействовать друг с другом.
- Укажите, как будет происходить сбор и анализ данных о результатах продвижения.

4. Тестирование и оптимизация:

- Опишите, какие метрики Вы будете использовать для оценки эффективности различных азов интернет-продвижения и как будете производить корректировки в стратегии.

5. Подготовка презентации:

- Создайте слайд-презентацию, в которой кратко изложите результаты вашего анализа и разработанную стратегию. Презентация должна быть не более 15 слайдов и включать визуальные элементы (графики, диаграммы и т.д.).

2) 2. Корректирует стратегию интернет-продвижения на основе анализа достигнутых результатов и выявленных причин расхождений между текущими и плановыми показателями

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: стратегию интернет-продвижения

Уметь: корректировать стратегию интернет-продвижения

Типовые контрольные задания

1. Анализ текущих результатов: На основе предоставленных данных по итогам предыдущих двух месяцев составьте отчет о текущих показателях интернет-продвижения (например, трафик на сайте, конверсия, возврат инвестиций).

2. Сравнение с планом: Сравните текущие показатели с плановыми. Какие показатели не достигли ожидаемых значений? Укажите, на сколько процентов они отклоняются от плана.

3. Выявление причин расхождений: Проанализируйте возможные причины расхождений. Обратите внимание на такие факторы, как:

- Неэффективные рекламные кампании.
- Низкое качество трафика.
- Изменения в предпочтениях целевой аудитории.
- Конкуренция и рыночные условия.

4. Корректировка стратегии: На основе выявленных причин разработайте предложения по корректировке стратегии интернет-продвижения. Включите следующие элементы:

- Изменение рекламных каналов и бюджетов.
- Адаптация контента и сообщений для целевой аудитории.
- Увеличение времени и ресурсов на SEO и PR активности.
- Включение новых форм контента (например, видео, вебинары).

5. Постановка новых целей: Определите новые целевые показатели на следующий квартал и опишите, как будете отслеживать прогресс в достижении этих целей.

6. Презентация: Подготовьте презентацию своего анализа и предложений для команды или руководства. Включите визуализацию данных и четкое обоснование всех решений.

Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1

Создание описания товара

Выберите товар из онлайн-магазина (например, электронику, косметику или одежду). Напишите его привлекательное и информативное описание, включая следующие элементы:

- Уникальные selling points (USP)
- Преимущества для потребителей
- Описание характеристик
- Призыв к действию

Задание 2

Разработка рекламной кампании

Сформируйте концепцию рекламной кампании для нового продукта. Включите:

- Слоган
- 3-5 примеров рекламных текстов для различных платформ (социальные сети, email-рассылки, баннеры)
- Стратегию использования визуальных элементов в связке с текстом

Задание 3

Анализ конкурентного копирайтинга

Выберите 3-5 конкурентов в вашей сфере и проведите анализ их копирайтинга. Напишите отчет, включая:

- Сильные и слабые стороны их текстов
- Примеры успешных заголовков и описаний
- Рекомендации по улучшению их копирайтинга для повышения конверсии

Примерные вопросы для подготовки к Зачету

Примерные вопросы к зачету

1. Как Вы можете охарактеризовать копирайтинг, и какие его ключевые функции определяют его роль в маркетинге?
2. Какие элементы, на Ваш взгляд, являются решающими для создания эффективного рекламного текста, и почему?
3. Каковы основные компоненты уникального торгового предложения, и какую роль они играют в восприятии потребителями предложения?
4. Проанализируйте различные виды копирайтинга и их отличия в контексте специфических целей и аудиторий.
5. Как эмоции влияют на принятие решений потребителями, и как вы можете использовать этот аспект в своей копирайтерской практике?
6. В каком смысле рекламный слоган может формировать или изменять имидж бренда, и какие факторы следует учитывать при его разработке?
7. В чем заключаются основные различия между описанием товара и рекламным текстом, и как это влияет на их создание?
8. На какие ключевые аспекты следует обращать внимание при написании заголовка для статьи или рекламы, чтобы он привлекал внимание читателя?
9. Какие стратегии можно использовать для эффективной работы с СТА, и как они могут улучшить конверсии?
10. Каковы характеристики и стратегии, которые делают email-рассылку успешной, и как их применить на практике?
11. Как вы можете определить целевую аудиторию для своих текстов, и каким образом эта информация влияет на стиль и содержание копирайтинга?
12. Какие методы исследования рынка вы считаете наиболее эффективными для создания копирайтинга, и почему?
13. В чем заключается использование SEO-техник в копирайтинге, и как их применение может увеличить видимость контента?

14. Как влияние tone of voice на восприятие текста может изменять реакцию целевой аудитории, и как этого достичь на практике?
15. Какие подходы к тестированию и оптимизации рекламных текстов вы можете использовать для повышения их эффективности?
16. Что необходимо учитывать при написании описания товара для интернет-магазина, чтобы оно было привлекательным и информативным?
17. Какие элементы являются наиболее важными для текста на лендинге, и как они могут повысить вероятность конверсии?
18. Каковы основные этапы создания сценария для видеорекламы, и какие ключевые элементы определяют его успешность?
19. Как адаптировать копирайтинг для различных платформ, таких как социальные сети и сайты, учитывая специфику каждой из них?
20. Опишите процесс разработки концепции рекламной кампании, включая определение целей, задач и целевой аудитории.
21. Каковы основные принципы авторского права, которые необходимо учитывать при написании рекламных текстов?
22. Каковы лучшие практики для избежания плагиата в копирайтинге, и почему это важно для профессионального копирайтера?
23. Какие юридические аспекты необходимо учитывать при создании рекламных материалов, и как это может повлиять на стратегию компании?
24. Как можно использовать психологические аспекты поведения потребителей для повышения эффективности копирайтинга?
25. Что такое «фрейминг», как он работает, и как его можно применять для улучшения текстов копирайтинга?
26. Каковы плюсы и минусы использования сравнений в копирайтинге, и как это может повлиять на восприятие текста?
27. Какие современные тренды в копирайтинге вы можете выделить, и как они изменяют подходы к созданию контента?

28. Какое влияние оказывают социальные сети на актуальные практики копирайтинга, и как это может сказаться на будущем индустрии?

29. Приведите примеры успешного копирайтинга и проанализируйте, что сделало эти примеры примечательными и эффективными.

30. Какие наиболее распространенные ошибки копирайтеров Вы можете отметить, и как их избегание может улучшить качество рекламных текстов?

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативно-правовые акты:

" **Гражданский кодекс Российской Федерации** " от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 22.07.2024) в частности: статья 1229 'Авторские права'; статья 1270 'Трудовой договор'.

" **Уголовный кодекс Российской Федерации** " от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 21.04.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.05.2025): в частности - статья 148 'Нарушение авторских и смежных прав', статья 151 'Клевета', статья 152 'Неизготовление, образование, незаконное использование объектов авторских и (или) смежных прав', статья 183 'Незаконное использование объектов авторских и (или) смежных прав', статья 148 'Нарушение авторских и смежных прав', статья 151 'Клевета', статья 152 'Неизготовление, образование, незаконное использование объектов авторских и (или) смежных прав', статья 183 'Незаконное использование объектов авторских и (или) смежных прав'.

Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 № 38-ФЗ

Закон РФ от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей».

Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 №135-ФЗ.

Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» от 29.12.2010 №436-ФЗ.

Закон РФ от 27.12.1991 №2124-1 «О СМИ».

Основная литература:

1. Дзялошинский , Иосиф Мордкович Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. 2-е изд. , испр. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 345 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/565960> (дата обращения: 24.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/565960> ISBN 978-5-534-11621-2 : 1709.00
2. Управление маркетингом: учебник и практикум для вузов : учебник / С. В. Карпова, Г. А. Гадиев, Д. А. Жильцов, О. Н. Жильцова, Д. В. Тюрин ; под общ. ред. С. В. Карпова ; под общ. ред. Д. В. Тюрин 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Дашков и К° , 2024 408 с. : табл., схем. (Учебные издания для бакалавров) Библиогр.: с. 356-361. Режим доступа: электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE», требуется авторизация <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720354> ISBN 978-5-394-06027-4
3. Сторителлинг в цифровой транскоммуникации : Учебное пособие / Н.Ф. Пономарев Электрон. дан. Москва : Русайнс , 2024 232 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/952348> ISBN 978-5-466-04890-2

Дополнительная литература:

1. Шамина , Ирина Сергеевна SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска Вологда : Инфра-Инженерия , 2018 260 с. <https://znanium.com/catalog/document?id=326348> ISBN 978-5-9729-0210-1
2. Кузнецов , Павел Александрович Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии : Практическое пособие 5 Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" , 2023 130 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=431607> ISBN 978-5-394-05306-1
3. Рекламные тексты. Сборник упражнений [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Бочарова Т. И. 3-е изд., стер. Санкт-

Петербург : Лань , 2023 88 с. Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент <https://e.lanbook.com/book/302213> ISBN 978-5-507-46169-1

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Паблишер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
4. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
5. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
6. •Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
7. •Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.ru/>
8. •Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
9. •Справочная правовая система «Консультант Плюс» <https://www.consultant.ru/>
10. •Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
11. Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Henry Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
12. Платформа STATISTA <https://www.statista.com/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для эффективного освоения дисциплины «Копирайтинг» необходимо спланировать свою работу в течение всего семестра. Этому способствует балльно-рейтинговая система, в соответствии с

которой формирование рейтинга студента осуществляется постоянно в процессе его обучения в университете. Настоящая система оценки успеваемости студентов основана на использовании совокупности контрольных точек, оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Формой итогового контроля знаний студентов является зачет в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения маркетинговых задач в рамках вопросов, изучаемых данной дисциплиной.

Студентам при подготовке следует использовать нормативные документы Финансового университета, Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные приказом Финуниверситета от 11.05.2021 г. № 1040 (см. сайт Финансового Университета [Единая правовая база](#)), использовать методические рекомендации департамента.

Студентам инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья с различными нозологиями рекомендуется активно взаимодействовать с факультетом и кафедрой для своевременного получения информации о расписании, изменениях в программе и доступных ресурсах. При необходимости студенты с ОВЗ могут запросить индивидуальное расписание, учитывающее особенности их здоровья.

1) Для студентов с нарушениями зрения

Используйте специализированное программное обеспечение (синтезаторы речи, брайлевские дисплеи) и технические средства (лупы, электронные увеличители). При возникновении трудностей обращайтесь к преподавателю.

2) Для студентов с нарушениями слуха

Устные задания могут быть заменены письменными работами по согласованию с преподавателем.

3) Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата

Для выполнения заданий разрешено использование голосового ввода, адаптированных клавиатур или помощи ассистента.

4) Для студентов с расстройствами аутистического спектра (РАС)

Заранее знакомьтесь с планами занятий в РПД, чтобы снизить тревожность. Выбирайте места с минимальным внешним воздействием (например, вдали от окон). Для коммуникации с преподавателями предпочтительна письменная форма (электронная почта).

5) Для студентов с тяжелыми нарушениями речи (ТНР)

Устные ответы могут быть заменены письменными или электронными формами. Используйте визуальные подсказки (таблицы, схемы) для структурирования информации. При затруднениях в общении запрашивайте помощь преподавателя.

Взаимодействие с преподавателем

Своевременно информируйте преподавателей о своих потребностях: необходимости дополнительного времени на выполнение заданий, особых формах контроля или технических средствах. Используйте электронную почту для уточнения сложных тем. Для студентов с РАС рекомендуется заранее согласовывать формат обратной связи (письменные комментарии вместо устных).

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация (ТКУ и ПА)

- Условия проведения ТКУ и ПА адаптируются под индивидуальные особенности:
- Замена устных ответов письменными работами (для студентов с нарушениями слуха/речи).
- Индивидуальные задания (проекты, портфолио) вместо стандартных тестов (для студентов с РАС).
- Перед ТКУ и ПА уточняйте порядок проведения и доступные форматы заданий.

Используйте следующие электронные ресурсы для обучения -

ЭБС Znanium.com:

- адаптивная версия сайта для слабовидящих.

ЭБС "ЮРАЙТ"

- адаптивный сайт для слабовидящих;
- изменение шрифта;
- мобильное приложение с офлайн-чтением.

ЭБС «Университетская библиотека online»:

- увеличение масштаба, полноэкранный режим;
- озвучка текста через программы (Jaws, Balabolka);
- PDF с подтекстовым слоем для тифлопрограмм;
- медиатека с 3000 аудиокниг, включая учебники в формате Daisy (гибкая навигация);
- аудиOVERсии учебников от издательства «Директ-Медиа».

ЭБС BOOK.RU:

- адаптивная версия сайта для слабовидящих.

ЭБС "Лань":

- увеличение масштаба;
- мобильное приложение со встроенным синтезатором речи;
- тысячи книг, адаптированных для прослушивания;
- бесплатный доступ к классической литературе.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

- Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Microsoft Office (Windows)

2. Текстовый редактор
3. Пакет офисных программ
4. Аналитическая платформа Loginom Academic

- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>
4. Компьютерная техника
5. Российский статистический ежегодник / Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12994>
6. Демографический ежегодник России / Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13207>

- Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения

к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

3. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)