

Нестеренко Ирина  
Юрьевна



Подписано цифровой подписью:  
Нестеренко Ирина Юрьевна  
Дата: 2026.05.22 14:57:08 +05'00'

**УТВЕРЖДАЮ**  
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал) ОУП  
ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

« 25» марта 2025 г.

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

### **КОПИРАЙТИНГ**

### **СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

#### **42.02.01 Реклама**

**(код профессии, специальности СПО)**

#### **Специалист по рекламе**

**(наименование квалификации)**

Кафедра: Экономика

#### **Разработчики программы:**

Д.филол.н., профессор кафедры экономики К.В. Киуру

Методические материалы обсуждены на заседании кафедры экономики  
протокол № 6 от «11» марта 2025 г.

Заведующий кафедрой экономики

С.М. Осташевский

«11» марта 2025 г.

## **Оглавление**

|                                                                                                    |   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1. Оценочные средства для проведения текущего контроля по учебной дисциплине.....                  | 3 |
| 2. Контрольно-измерительные материалы для проведения текущего контроля по учебной дисциплине ..... | 8 |

| <b>Коды формируемых общих и профессиональных компетенций</b> | <b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b> |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| ОК 5                                                         | У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4                                  |

## **1. Оценочные средства для проведения текущего контроля по учебной дисциплине**

### **Раздел 1. Копирайтинг и копирайтеры (ОК 5)**

#### **Тема 1. Копирайтинг как учебная дисциплина.**

##### **Устный опрос по вопросам темы:**

Роль и место копирайтинга в рекламных коммуникациях.

Междисциплинарный характер копирайтинга.

Взаимодействие копирайтеров и арт-директоров в рамках креативного отдела рекламного агентства.

Мировой и отечественный опыт копирайтинга.

Тенденции развития профессии.

#### **Тема 2. Особенности личности копирайтера.**

##### **Устный опрос по вопросам темы:**

Знания, навыки, умения в структуре личности копирайтера.

Основные профессиональные требования к копирайтеру.

Профессиональные качества специалиста-копирайтера. Понятие «креативной личности».

Креативная личность = информация + впечатления + контакты + работоспособность + профессионализм.

#### **Тема 3. Креативность как творческий процесс.**

##### **Подготовьте доклад и презентацию по теме:**

Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре).

Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн).

Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I»

Сущность рекламного творчества.

Цели и задачи креативной деятельности.

Критерии креативности.

Барьеры креативности.

#### **Тема 4. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта.**

##### **Устный опрос по вопросам темы:**

Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей.

##### **Деловая игра:**

Методы активизации идей: «метод газетных вырезок»,

«Метод вымышленных персонажей»,

«Метод шести шляп» Эдварда де Боно,

Методика Mind Mapping,

Техника номинальной группы,

Метод «мозговой атаки» А. Осборна и др.

#### **Тема 5. Творческая платформа и концепция рекламы**

##### **Устный опрос по вопросам темы:**

Аннотация как документ, содержащий весь первоначальный материал, который необходим агентству для разработки крепкой рекламной стратегии.

### **Разбор ситуаций:**

Модификация аннотации в рекламную стратегию в соответствии с запросами и бюджетом клиента.

Рекламная стратегия как документ, устанавливающий нормы и принципы работы для всех подразделений агентства, гарантирующий их работу на одну и ту же цель.

Творческое резюме (бриф)- креативная аннотация.

Креативная стратегия- документ, устанавливающий критерии поведения рекламной компании во всех средствах информации.

Составляющие креативной стратегии: целевая аудитория; предложение / позиционирование бренда; имидж бренда; интонация; дальнейшие рекомендации, например исследования.

## **Раздел 2.Функциональные задачи копирайтинга (ОК 5)**

### **Тема 6. Работа копирайтера с брифом.**

#### **Устный опрос по вопросам темы:**

Структура брифа.

Понятие целевой аудитории. Роль ее изучения в деятельности копирайтера

Понятие инсайта.

Основное рекламное сообщение.

Рекламная идея и художественный образ.

Подготовьте доклад и презентацию по теме:

Разработка креативной концепции на основе брифа.

Креативная концепция: визуальное и вербальное воплощение.

### **Тема 7. Рекламные форматы в деятельности копирайтера.**

#### **Устный опрос по вопросам темы:**

Понятие «рекламный формат» и его роль в копирайтинге.

Основные форматы рекламы в прессе и их характеристика.

Основные форматы печатной рекламы и их характеристика.

#### **Подготовьте доклад и презентацию по теме:**

Методы создания печатной рекламы.

Метод рекомендации.

Метод стиля жизни.

Метод решения проблемы.

Метод Бернбаха (Превращения негатива в позитив).

Основные форматы рекламы на телевидении и их характеристика.

Основные форматы рекламы на радио и их характеристика.

Особенности рекламных форматов в Интернете.

### **Тема 8. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы**

#### **Подготовьте доклад и презентацию по теме:**

Мондриан (по имени голландского художника П. Мондриана, достигшего наибольшей степени абстрагирования на пути «денатурализации» предметных изображений).

Сетка.

Окно.

Перенасыщенная текстом реклама.

Рамка или рамочный макет.

Цирк или организованный беспорядок.

Текстовая реклама.

Макет «реклама в обрез».

Полоса.

Макет «аксиальное расположение».

Макет «комикс».

Макет «алфавит».

Макет «силуэт».

Макет «мультиреклама».

Шесть основных принципов привлекательной и эффективной рекламы: равновесие, доминирование, направленность движения взгляда, пропорция, когерентность, единство.

## **Тема 9. Структура рекламного текста.**

### **Устный опрос по вопросам темы:**

Понятие «рекламный текст».

Основные элементы рекламного текста.

Виды заголовков (информативные, побудительные, вопросительные).

Структура основного рекламного текста (ОРТ).

Аргументация и иллюстрация в ОРТ.

Принцип строения коды и эхо-фраза.

Взаимосвязь вербальных и визуальных элементов рекламного текста.

Классификация рекламных текстов.

### **Практическое задание. Разработать:**

Логотип и слоган.

Заголовок.

Основной рекламный текст (ОРТ).

Заключительная фраза (кода).

## **Тема 10. Заголовок – основной элемент рекламного текста. Типы заголовков.**

### **Устный опрос по вопросам темы:**

Основные особенности заголовка, способного заинтересовать потенциального потребителя.

Взаимодействие заголовка и иллюстрации.

Использование крупного шрифта для заголовка.

Включение в заголовок указания на преимущество, получаемое потребителем.

Включение в заголовок названия продукта или торговой марки.

Способность рекламиста послать своей аудитории целенаправленное обращение уже в заголовке.

Методики написания заголовка.

Методика заманивания целевой аудитории.

Типы заголовков с точки зрения их содержания: сообщение о чем-то новом; заявление; совет; возбуждение любопытства (в заголовке мало информации, но есть нечто интригующее, вызывающее к вашим еще не вполне вами осознанным желаниям).

Классификация заголовков с точки зрения прозрачности их содержания.

Прямолинейный, прозрачный заголовок.

Непрозрачный косвенный заголовок.

Слепой заголовок.

Притягательные свойства по Глиму

Органы чувств: зрение, слух, осязание, обоняние, вкус.

Инстинкты: секс/любовь, ярость/гнев, страх/самосохранение, голод

### **Практическое задание. Разработать:**

Заголовок для запуска товара.

Заголовок на пустом месте.

«Типографский» заголовок.

Новостной заголовок.

Заголовок «до и после».

Заголовок «как сделать».  
Заголовок «и вы тоже».  
Заголовок-рекомендация.  
Заголовок к дате.  
Заголовок по случаю события.  
Сезонный заголовок.  
Дразнящий заголовок.  
Стилевой заголовок.

## **Тема 11. Подзаголовок, подпись к рисунку, слоган, логотип**

### **Устный опрос по вопросам темы:**

Основная функция подзаголовка.  
Варианты подзаголовков.  
Местоположение подзаголовка.  
Слоган (фирменный лозунг) как интегральная часть не только отдельного рекламного объявления, но и всей рекламной компании.  
Органическое сочетание слогана с фирменным стилем.  
Направленность на конкретную целевую аудиторию.  
Прямолинейность, невозможность двоякого толкования.  
Краткость, легкое запоминание, оригинальность.  
Уверенность и часто даже напористость.  
Упоминание названия фирмы или преимущества рекламируемого товара.  
Логотип (шрифтовой фирменный знак)- оригинальное начертание сокращенного наименования фирмы или товарной серии или отдельного вида товара.  
Неизменность появления логотипа во всех рекламных компаниях и рекламных объявлениях фирмы.  
Мгновенная узнаваемость фирмы через логотип.  
Сущность понятия «нейминг».  
Направления нейминга и типология названий.  
Основные этапы разработки названия для компании, товара, услуги.  
Методы разработки.  
Рекламный слоган: суть и типология.  
Афористичность и философичность как важные признаки «хорошего» слогана.  
Художественные приемы создания слоганов.

## **Тема 12. Основной текст рекламного объявления.**

### **Устный опрос по вопросам темы:**

Определение длины основного текста.  
Структура и форматирование основного текста рекламы.  
Грамматика и орфография.  
Игра слов, рифмы, аллитерации.  
Логика изложения.

### **Практическое задание:**

Создайте рекламный текст используя шестиступенчатую формулу Глима.  
Шаг первый: Сила притягательности.  
Шаг второй: Доказательность.  
Шаг третий: Переход.  
Шаг четвертый: Конкуренция.  
Шаг пятый: Ваш товар.  
Шаг шестой: Деловая концовка.

**Тема 13. Классификация стилей рекламных текстов и различных подходов, используемых при их создании.**

**Устный опрос по вопросам темы:**

Выбор стиля.

Фактический подход: прямой и косвенный путь воздействия на потребителя.

Подход с выдумкой.

Эмоциональный подход.

**Приведите пример, согласно классификации рекламных текстов, в основе которой лежит следование общеизвестным литературным жанрам:**

Повествовательный стиль.

Диалогический стиль.

Метафорический стиль.

Сравнительный подход (сравнение своего товара с конкурирующим продуктом при условии отсутствия уничижительной информации о конкуренте).

Использование рамочных конструкций

**Тема 14. Фонетика, морфология, лексика, синтаксис рекламного текста.**

**Устный опрос по вопросам темы:**

Аллитерации.

Созвучия и рифма.

Ритм.

Преднамеренные орфографические ошибки.

Специфика использования различных частей речи.

Использование фразеологизмов.

Абстрактные и конкретные слова.

Модальные операторы долженствования.

Модальные операторы возможности.

Слова негативного воздействия.

Комментарии.

Обращение к внутренним ресурсам.

Семантические поля.

Слова-матрешки.

Неологизмы.

Каламбуры.

Прием парцеллирования.

Сегментированная конструкция.

Номинативные предложения.

Вопросно-ответные конструкции.

Прием антитезы.

Прием градации.

Риторическое обращение.

Восклицательные предложения.

Императивные обороты.

Читаемость рекламного текста.

**Тема 15. Выразительные средства рекламной речи. Языковое манипулирование в рекламе.**

**Устный опрос по вопросам темы:**

Аргументация в рекламе.

Богатство языка. Антонимия. Синонимия. Омонимия. Возможности рифмованных текстов.

Использование тропов и фигур речи в рекламном тексте. Тропы количества. Тропы качества.

Фигура мысли и фигуры для выражения мыслей.

Речевое воздействие и языковое манипулирование. Три основных направления языкового манипулирования в рекламе.

Явные и скрытые сравнения в рекламе.

Импликатуры.

Основные положения НЛП.

Языковые паттерны (предикаты).

Языковые приемы НЛП (фокусы языка).

Логическая аргументация.

Эмоциональная аргументация.

Утверждающая, диалектическая и порождающая аргументация.

Приемы усиления рекламной аргументации.

Специфика аргументации в коммерческой рекламе.

Аргументы в социальное и политической рекламе.

## 2. Контрольно-измерительные материалы для проведения текущего контроля по учебной дисциплине

*Шкала оценки для проведения текущего контроля по учебной дисциплине в устной форме*

| № п/п | Оценка за ответ | Характеристика ответа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Отлично         | <ul style="list-style-type: none"><li>- полно раскрыто содержание материала;</li><li>- материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности;</li><li>- точно используется терминология;</li><li>- показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;</li><li>- продемонстрированные знания и умения позволяют самостоятельно решать поставленные задачи;</li><li>- ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов;</li><li>- продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;</li><li>- допущены одна - две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию.</li><li>- количество баллов за освоение компетенций от 8 до 9</li></ul> |
| 2     | Хорошо          | <ul style="list-style-type: none"><li>- вопросы излагаются систематизировано и последовательно;</li><li>- продемонстрированные знания и умения позволяют самостоятельно решать поставленные задачи, однако требуют определенного контроля;</li><li>- продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер;</li><li>- ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|   |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                     | <p>недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; приобретенный практический опыт, знания и умения требуют не значительной корректировки в процессе выполнения задания; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- количество баллов за освоение компетенций от 5 до 7</li> </ul>                                                                                                         |
| 3 | Удовлетворительно   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;</li> <li>- при неполном знании теоретического материала выявлен недостаточный уровень знаний и умений; студент не может применить теоретические знания на практике;</li> <li>- количество баллов за освоение компетенций от 3 до 4</li> </ul>                                                                                                      |
| 4 | Неудовлетворительно | <ul style="list-style-type: none"> <li>- не раскрыто основное содержание учебного материала;</li> <li>- обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;</li> <li>- допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов</li> <li>- отсутствуют практический опыт, знания и умения по предлагаемым ситуационным вопросам или задачам, количество баллов за освоение компетенций менее 3.</li> <li>- отказ от ответа или отсутствие ответа</li> </ul> |

*Шкала оценки для проведения текущего контроля по учебной дисциплине в письменной форме*

| № п/п | Оценка за ответ     | Характеристика ответа                                                                                                                                                                                                                            |
|-------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Отлично             | <p>Материал раскрыт полностью, изложен логично, без существенных ошибок, выводы доказательны и опираются на теоретические знания</p> <p>Количество баллов за освоение материала от 8 до 9</p>                                                    |
| 2     | Хорошо              | <p>Основные положения раскрыты, но в изложении имеются незначительные ошибки выводы доказательны, но содержат отдельные неточности</p> <p>Количество баллов за освоение материала от 5 до 7</p>                                                  |
| 3     | Удовлетворительно   | <p>Изложение материала не систематизированное, выводы недостаточно доказательны, аргументация слабая.</p> <p>Количество баллов за освоение материала от 3 до 4</p>                                                                               |
| 4     | Неудовлетворительно | <p>Не раскрыто основное содержание материала, обнаружено не знание основных положений темы.</p> <p>Не сформированы компетенции, умения и навыки.</p> <p>Количество баллов за освоение компетенций менее 3</p> <p>Ответ на вопрос отсутствует</p> |

