



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«COPYWRITING В РЕКЛАМІ ТА МАРКЕТИНГУ»**

<b>Спеціальність</b>	<i>Без обмежень за спеціальностями</i>
<b>Освітня програма</b>	<i>Без обмежень за освітніми програмами</i>
<b>Освітній рівень</b>	<i>Першій (бакалаврський)</i>
<b>Статус дисципліни</b>	<i>Вільний майнор</i>
<b>Мова викладання</b>	<i>Українська</i>
<b>Курс / семестр</b>	<i>2 курс, 4 семестр</i>
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	<i>4,0</i>
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	<i>Лекції – 20 год.</i>
	<i>Практичні – 20 год.</i>
	<i>Самостійна робота – 80 год.</i>
<b>Форма підсумкового контролю</b>	<i>Диференційований залік – 6 семестр</i>
<b>Кафедра</b>	<i>Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, <a href="https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html">https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html</a></i>
<b>Викладач (-і)</b>	<i>Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н.</i>
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	<i><a href="mailto:hivassenko@gmail.com">hivassenko@gmail.com</a></i>
<b>Дні занять</b>	<i>За розкладом, відповідно до графіку освітнього процесу</i>
<b>Консультації</b>	<i>Аудиторія 107 А відповідно до графіку</i>
<b>Мета курсу</b> – опановування здобувачами вищої освіти спеціальними знаннями з написання та стилістичного оформлення рекламних та PR-текстів; набуття здатності правильно й ефективно застосовувати їх у процесі рекламної та PR-діяльності та модифікувати при створенні різних форм та видів сучасного рекламного та PR-продукту. Вивчення основних законів, правил та вимог написання ефективного тексту; ознайомлення зі структурою, складом та побудовою рекламного тексту; вивчення композиції тексту та публікацій у цілому; усвідомлення психологічних засад діяльності копірайтера; ознайомлення з основними засобами здійснення невербального впливу на аудиторію (візуальні, шрифтові виділення тощ	
<b>Результати вивчення навчальної дисципліни:</b> знати основні етапи підготовки та створення рекламних та PR-текстів та особливості вербального впливу на ЦА; способи та форми творення ефективного рекламного тексту. Аналізувати й критично осмислювати значення та можливості рекламних та PR-текстів, інтерпретувати цінності мовленого й написаного слова, поєднання вербального та візуального контентів як способів впливу на споживача; Створювати й оцінювати власні рекламні матеріали щодо контентного наповнення, ефективності впливу на споживача та дотримання орфографічних та лексичних норм. Використовувати методологічні засади копірайтингу та спічрайтингу у сфері реклами; методологічні засади копірайтингу та спічрайтингу в сфері зв'язків із громадськістю; особливості та методики копірайтингу та спічрайтингу в конкретних напрямках та специфічних видах копірайтингу та спічрайтингу; етичні принципи діяльності копірайтера та спічрайтера; правові основи діяльності копірайтера та спічрайтера; технології регулювання взаємодії результатів діяльності копірайтера та спічрайтера та потреб аудиторії; основні закони й закономірності діяльності копірайтера та спічрайтера з підготовки публічних текстів; види текстів, класифікацію жанрів; особливості копірайтингу та спічрайтингу в різних сферах життєдіяльності (політиці, економіці, бізнесі, рекламі тощо); досвід майстрів копірайтингу та спічрайтингу та ефективні моделі роботи в кожній із сфер копірайтингу та спічрайтингу.	
<b>Передумови для навчання:</b>	
Попередньо опановані дисципліни: маркетинг, інформатика, брендинг	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	



Тема 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності. Тема 2. Види та специфікації копірайтингу. Тема 3. Структура рекламного повідомлення. Тема 4. Основний текст у рекламному повідомленні. Тема 5. Підготовка рекламного тексту. Тема 6. Лексичні та синтаксичні особливості рекламних текстів. Тема 7. Стильові особливості текстів рекламних повідомлень. Тема 8. Копірайтинг та спічрайтинг реклами у різних видах друкованих видань, на телебаченні та радіо. Тема 9. Копірайтинг у політичних комунікаціях. Тема 10. Копірайтинг у іміджевої статті.

**Сторінка курсу на платформі Moodle** Розміщено: робоча програма навчальної дисципліни, матеріали лекцій, завдання до практичних занять, завдання для самостійної роботи студентів. [<https://dist.nupp.edu.ua/course/> ]

#### Рекомендовані джерела:

1. Vlynova N., & Kyrylova O. (2018). Копірайтинг як діяльність зі створення онлайнового контенту. Communications and Communicative Technologies, (18), 13-21. <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/291802>
2. Дюжева, К. В. (2022) Копірайтинг як симбіоз журналістики та реклами. Образ (2(39)). pp. 89-97.
3. Зінсер В. Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих текстів. Київ: Наш Формат. 2018. 288 с.
4. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг. /Пер. з рос. Р. Трифонов. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула. 2018. 352 с.
5. Основи теорії редагування перекладів : конспект лекцій. Укладач : Ребрій О. В. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. 88 с.
6. Падалка Стаська. В очікуванні копірайтера. К.: Rabulum, 2017. 160 с.
7. Партико З. В. Основи редагування. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2017. 332 с.
8. Житарюк М.Г. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Вінниця, 2015.165 с.
9. Стельмахова А. Піаритись не можна зупинитися: практичний посібник. К.: Ліра-Плюс, 2019. 196 с.
10. Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Практичний посібник. К. : Вид-во Києво-Могилянської академії, 2016. 148 с.

#### Система оцінювання результатів навчання

Загальна трудомісткість дисципліни – 100 балів, із них: 70 балів відведено на поточний контроль, а 30 балів – на підсумковий (для допуску до диференційованого заліку необхідно мати не менше 35 балів поточної успішності).

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій навчальній програмі дисципліни.

#### Накопичування балів з навчальної дисципліни

(вказати лише ті види робіт, за які передбачено нарахування балів)

Види навчальної роботи	Макс кількість балів
Виконання завдань на практичному занятті	70
Диференційований залік	30
<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>100</b>

#### Відповідність шкали оцінювання ЄКТС

національній системі оцінювання та шкалі оцінювання

Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	



64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	

#### **Політики навчальної дисципліни**

Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.

Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які вносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.

Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни ().

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

Протокол від «30» січня 2023 року № 1