

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

**Навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра маркетингу**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

 **Карпенко Н.В.**

«26» червня 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни **«Копірайтинг»**

освітня програма/спеціалізація **«Маркетинг»**

спеціальність **075 Маркетинг**

галузь знань **07 Управління та адміністрування**

ступінь вищої освіти **молодший бакалавр**

Робоча програма навчальної дисципліни **«Копірайтинг»**
схвалена та рекомендована до використання в освітньому процесі
на засіданні кафедри маркетингу

Протокол від «26» червня 2020 року №11

Полтава 2020

Укладачі: ПБ, посада, науковий ступінь, вчене звання

**Карпенко Наталія Володимирівна, завідувач кафедри маркетингу, д.е.н.,
професор**

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми «Маркетинг» спеціальності **075 «Маркетинг»**
ступеня молодший бакалавр



Іваннікова М.М.

«26» червня 2020 року

Розділ 1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 – Опис навчальної дисципліни «Копірайтинг»

Місце у структурно-логічній схемі підготовки	<i>Пререквізити:</i> Ділова українська мова, Тренінг: Вступ до фаху	
Мова викладання	Українська	
Статус дисципліни обов'язкова		
Курс/семестр вивчення	1 курс, 2 семестр	
Кількість кредитів ЄКТС/ кількість модулів	5 кредитів ЄКТС/2 модулі	
Денна форма навчання:		
Кількість годин: – загальна кількість: 1 семестр____, 2 семестр 150 .		
- лекції: 18		
- практичні (семінарські, лабораторні) заняття: 42		
- самостійна робота: 90		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): екзамен		
Заочна форма навчання		
Кількість годин: – загальна кількість: 1 семестр____, 2 семестр.		
- лекції: 1 семестр, 2 семестр_.		
- практичні (семінарські, лабораторні) заняття: 1 семестр____, 2 семестр		
.		
- самостійна робота: 1 семестр____, 2 семестр.		
- вид підсумкового контролю (ПМК, екзамен): 1 семестр_, 2 семестр екзамен		

Розділ 2. Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Мета вивчення навчальної дисципліни Навчальна дисципліна спрямована на формування системи загальнотеоретичних і прикладних знань у сфері копірайтингу, на засвоєння студентами професійних навичок у процесі навчання, студенти здобудуть вміння та навички написання впливових текстів, зокрема, рекламних та медіа текстів різних жанрів.

Таблиця 2 – Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання
ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання на відповідному практичному рівні. ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність працювати в команді. ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, в тому числі державною та іноземною мовами. СК10. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.	ПР07. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР11. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

Розділ 3. Програма навчальної дисципліни «Копірайтинг»

Модуль 1. Основні поняття та принципи копірайтингу.

Тема 1. Текст, основні вимоги до його написання.

Сутність, роль, мета, предмет та об'єкт тексту. Структура та алгоритм процесу написання текстів. Копірайтинг та його сутність для діяльності маркетолога. Види текстів та його особливості для презентації компанії.

Тема 2. Копірайтинг новини. Різновиди макетів, друкованої реклами.

Особливості текстів для зовнішньої реклами. Текст на плакат. Текст макета для друкованих ЗМІ. Текст на упаковку. Бренд-легенда.

Тема 3. Копірайтинг у політичних комунікаціях.

Структура тексту політичного повідомлення. Основні вимоги до політичних текстів. Складові політичної промови. Техніки впливу на аудиторію у політичних текстах. Види політичних промов. Правила написання політичної промови.

Тема 4. Копірайтинг іміджевої статті.

Іміджева стаття як частина кампанії зі зв'язків з громадськістю. Візуальні складові іміджевої статті. Види іміджевих статей. Інтерв'ю. Види та моделі створення статті інтерв'ю. Авторська стаття. Моделі побудови іміджевої статті. Сюжет, композиція, план основного тексту статті. Рекомендації з написання статті. Правила використання цитат у статті.

Тема 5. Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо, у різних видах друкованих видань.

Особливості текстів газетної реклами та оголошень. Особливості текстів журнальної реклами. Рекламна стаття. Текст макета для друкованих ЗМІ. Особливості підготовки телевізійної реклами різних жанрів. Креативні технології телереклами. Особливості підготовки радіореклами різних форм і жанрів. Креативні технології радіореклами.

Модуль 2. Редагування текстів маркетингового спрямування.

Тема 6. Сторітелінг та сюжетна лінія.

Основні правила сторітелінгу. Привід для написання історії. Сторітелінг компаній. Сторітелінг особистості. Техніки сторітелінгу. Історії та емоції.

Тема 7. Колір та графіка як інформаційні коди текстового повідомлення.

Закони візуального сприйняття як основи для зовнішньої реклами. Провокуюча реклама. Білборди. Вивіски. Лайтбокси та інші види візуальної реклами.

Тема 8. Функції та вимоги до ефективного неймінгу та слогану в маркетингу та комунікації.

Функції та вимоги до ефективного неймінгу в маркетингу та комунікації. Види неймів. Нейм як інтелектуальна вартість. Технології створення

ефективного нейму.

Тема 9. Специфіка створення інформаційного блоку текстового рекламного оголошення.

Основні складові рекламного тексту. Вимоги до рекламного заголовка. Типи заголовків. Заголовок-декларація, запитання, наказ, виклик, свідчення, асоціація ідей, новина, емоція, парадокс, ідентифікація, цікавість, дешевизна, гумор, картинка з підписом, нагода, лозунг, гра слів, алітерація, трюк, заборона, весь текст, додаток до телевізійного ролика, зображення у розрізі, інтрига.

Розділ 4 Тематичний план навчальної дисципліни

Таблиця 4 – Тематичний план навчальної дисципліни «Копірайтинг»

Назва теми (лекції) та питання теми (лекції)	Кількість годин	Назва теми та питання семінарського, практичного або лабораторного заняття	Кількість годин	Завдання самостійної роботи в розрізі тем	Кількість годин
Модуль 1. Основні поняття та принципи копірайтингу					
Тема 1. Текст, основні вимоги до його написання	2	Практичне заняття 1-2 Основні вимоги до написання рекламного тексту.	4	Структура рекламного тексту; сценарій; елементи написання рекламного тексту; технологія написання рекламного тексту	10
Тема 2. Копірайтинг новини. Різновиди макетів, друкованої реклами	2	Практичне заняття 3-4 Особливості формування прес-релізу та прес-кіту	4	Види прес-релізів; складові прес-кіт; складання макету «теки журналіста»	10
Тема 3. Копірайтинг у політичних комунікаціях.	2	Практичне заняття 5-6 Копірайтинг в політичних комунікаціях	4	Аналіз аудиторії політичного впливу; формування прийомів впливу на цільову аудиторію; нейрометоди	10
Тема 4. Копірайтинг іміджевої статті.	2	Практичне заняття 7-9 Вимоги до написання іміджевої статті	6	Особливості оформлення тексту іміджевої статті; виконавці іміджевої статті та вимоги до них	10
Тема 5. Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо, у різних видах друкованих видань	2	Практичне заняття 10-11 Копірайтинг у ЗМІ, на телебачення та радіо	4	Види ЗМІ, які застосовують техніки копірайтингу; основні дієві особи у ЗМІ, які відповідають за якість тексту	10
Модуль 2. Редагування текстів маркетингового спрямування					
Тема 6. Сторітелінг та сюжетна лінія	2	Практичне заняття 12-14 Текстові особливості формування історії компанії.	6	Види історій, що мають вплив на споживачі; приклади відомих брендів, які використовують техніки сторітелінгу	10
Тема 7. Колір та графіка як інформаційні коди текстового повідомлення.	2	Практичне заняття 15-16 Підбір кольорових та графічних зображень відповідно до іміджевого тексту	4	Методи кодування кольором та графічними зображеннями	10

Тема 8. Функції та вимоги до ефективного неймінгу та слогану в маркетингу та комунікації.	2	Практичне заняття 17-18 Особливості створення назв, імен та слоганів компанії	4	Успішні практики застосування неймінгу відомих брендів; порівняння методів неймінгу	10
Тема 9. Специфіка створення інформаційного блоку текстового рекламного оголошення.	2	Практичне заняття 19-21 Структура текстових повідомлень в рекламному оголошенні	6	Аналіз інформаційних блоків текстів рекламних оголошень; визначення їх переваг та недоліків	10

Розділ 5 «Система оцінювання знань студентів»

Таблиця 5 – Розподіл балів за результатами вивчення навчальної дисципліни

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	30
Модуль 2 (теми 6-9): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	30
Екзамен	40
Разом	100

Таблиця 6 – Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю проведення повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та проведенням підсумкового контролю

Розділ 6. Інформаційні джерела

1. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг. /Пер. з рос. Р. Трифонов. – Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2018. – 352 с.
2. Основи теорії редагування перекладів : конспект лекцій / Укладач : Ребрій О. В. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 88 с.
3. Падалка Стаська. В очікуванні копірайтера / Стаська Падалка. – К.: Rabulum, 2017. – 160 с.
4. Партико З. В. Основи редагування [підручник] / З. В. Партико. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 332 с.
5. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник / Електронне видання/. Укладач М.Г.Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с.
Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.
6. Стельмахова А. Піаритись не можна зупинитися: практичний посібник / А. Стельмахова. – К.: Ліра-Плюс, 2019. - 196 с.
7. Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Практичний посібник/ С. Трухімович. – К.: Вид-во Києво-Могилянської академії, 2016. – 148 с.

Розділ 7. Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office; веб-ресурси Canva; соціальні мережі Facebook, Instagram.
- Карпенко Н. В. Дистанційний курс дисципліни «Копірайтинг» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / Н. В. Карпенко, М.М. Іваннікова - Режим доступу : <http://www2.el.puet.edu.ua/st/course/view.php?id=2773>