

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІАКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Науково-навчальний інститут бізнесу та сучасних технологій
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

«Копірайтинг»

на 2021-2022 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	–
Освітня програма/спеціалізація	–
Спеціальність	–
Галузь знань	–
Ступінь вищої освіти	–

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада
маркетингу

Карпенко Наталія Володимирівна
д.е.н., професор
професор кафедри

Контактний телефон	+38-050-614-74-57
Електронна адреса	knataliya54@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.marketing.puet.edu.ua/ он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,
науковий ступінь і вчене звання,
посада

Іваннікова Марина Миколаївна
к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-58
Електронна адреса	ivannikovam83@gmail.com
Розклад навчальних занять	http://schedule.puet.edu.ua/
Консультації	очна http://www.marketing.puet.edu.ua/ он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	https://el.puet.edu.ua/

Опис навчальної дисципліни

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.
Тривалість	5 кредитів ECTS, 150 год. (лекції 18 год., практичні 42 год., самостійна робота студентів 90 год.)
Форми та методи навчання	Лекції та практичні заняття в аудиторії та виїзні, самостійна робота поза розкладом
Система поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК).
Базові знання	Наявність широких знань із застосування сучасних цифрових технологій у маркетинговій діяльності.
Мова викладання	Українська

Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>	<p>ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Модуль 1. Основні поняття та принципи копірайтингу		
Тема 1. Текст, основні вимоги до його написання	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Здійснити добір інформації на запропоновану тему; сформувати власну електронну бібліотеку з копірайтингу.
Тема 2. Копірайтинг новини. Різновиди макетів, друкованої реклами	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Написати прес-реліз про подію. Проаналізувати прес-релізи, опубліковані в інших друкованих ЗМІ.
Тема 3. Копірайтинг у політичних комунікаціях.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Проаналізувати тексти політичної реклами кандидатів у Президенти України за такими параметрами: Лозунг. Слоган. Девіз. Виокремити 11 порад з написання чіткої копірайтингової продукції.
Тема 4. Копірайтинг іміджевої статті.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Підготувати іміджеву статтю на вільну тему відповідно до питань лекції. Написати власний прес-реліз для поширення в мережі Інтернет та проаналізувати новини, які розміщені на інтернет-ресурсах. Візуальний компонент іміджевої статті. Емоції у рекламному тексті.
Тема 5. Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо, у різних видах друкованих видань	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти; поточна	Скласти текст рекламного оголошення відповідно до технічного завдання, що пишеться за такою схемою: 1. Маркетингова ціль.

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
	модульна робота	2. Назва цільової аудиторії. 3. Характеристики сприйняття ЦА конкретних рекламних текстів. 4. Конкурентний контекст рекламного тексту.
Модуль 2. Редагування текстів маркетингового спрямування		
Тема 6. Сторітелінг та сюжетна лінія	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Зробити аналіз найуживаніших месенджерів за країнами та презентувати у вигляді доповіді. Виходячи із особистого досвіду провести порівняльний аналіз відомих месенджерів та вказати їх переваги та недоліки.
Тема 7. Колір та графіка як інформаційні коди текстового повідомлення.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	З урахуванням ролі технічного оформлення для піар-тексту (кольорів та графічних зображень), а також психологічних особливостей сприйняття тексту різними читацькими аудиторіями створити текст різного характеру для різних аудиторій
Тема 8. Функції та вимоги до ефективного неймінгу та слогану в маркетингу та комунікації.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Знайти в Інтернеті авторські роботи з питань неймінгу (один студент подає як мінімум три роботи). Створити нейм для нового продукту, компанії, офіційної позиції людини із власною аргументацією.
Тема 9. Специфіка створення інформаційного блоку текстового рекламного оголошення.	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; творчі проекти	Створити різні види рекламних повідомлень для ЗМІ; написати тексти для мережі Інтернет; створити тексти різних жанрів; провести літературне, художнє й технічне редагування тексту; провести редагування та правку піар-тексту.

Інформаційні джерела

- Каплунов Д. Нейрокопірайтинг. /Пер. з рос. Р. Трифонов. – Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2018. – 352 с.
- Основи теорії редагування перекладів : конспект лекцій / Укладач : Ребрій О. В. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – 88 с.
- Падалка Стаська. В очікуванні копірайтера / Стаська Падалка. – К.: Rabulum, 2017. – 160 с.
- Партико З. В. Основи редагування [підручник] / З. В. Партико. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 332 с.
- 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/>.
- Стельмахова А. Піаритись не можна зупинитися: практичний посібник / А. Стельмахова. – К.: Ліра-Плюс, 2019. - 196 с.
- Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Практичний посібник/ С. Трухімович. – К.: Вид-во Києво-Могилянської академії, 2016. – 148 с.

Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office, соціальні мережі Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, мобільні додатки, месенджери Telegram, Viber.

Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publiczna-informaciya>

Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

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)	50
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)	50
Разом	100

Шкала оцінювання 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 повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни