

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра іноземної філології та перекладу

СИЛАБУС

КОПРАЙТИНГ: CASE STUDY/
COPYWRITING: CASE STUDY

Інформація про викладача	
Викладач(-і)	Шостак Уляна
Науковий ступінь	Кандидат психологічних наук
Вчене звання	-
Посада	доцент
Адреса кафедри	м. Вінниця, вул. Театральна, 21
Контактний телефон	(0432) 55-04-27
Е-mail:	u.shostak@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	
Інформація про освітній компонент	
Статус компонента	Вибірковий
Освітній ступінь	Бакалавр
Навчальний рік	2024-2025
Анотація курсу	<p>Основна мета: набуття здобувачами освіти первинних практичних навичок роботи з текстами комерційних комунікацій, а саме опанування методами, техніками і технологіями створення різножанрових текстів, ефективних у роботі копірайтера.</p> <p>Завданнями вивчення освітнього компонента є:</p> <ul style="list-style-type: none">ознайомлення з базовими принципами, техніками й технологіями копірайтингу;ознайомлення з основними вимогами до написання текстів комерційних комунікацій різних жанрів;вивчення основних прийомів слоганістики й неймінгу;вивчення композиції тексту комерційних комунікацій, засобів її гармонізації;підготовка здобувачів до використання знань з курсу на практиці;формування навичок написання кваліфікованих текстів комерційних комунікацій.
Мова викладання	Українська мова

Результати навчання	Створювати креативні концепції. Писати і презентувати різні види текстової продукції. Аналізувати та критично оцінювати текстову інформацію. Вербально забезпечувати комунікації, необхідні для ефективної практичної діяльності. Створювати ефективні презентації. Для цього необхідно володіти мистецтвом слова, психологією, маркетинговими навичками.
---------------------	---

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Назва теми/Практичне заняття (ПЗ)	Кількість годин			Форми контролю	Бальна Оцінка	
	Усього годин /кредитів	з них				
		лекції	практичні заняття			самостійна робота студентів
Тема 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності.	24	-	12	12	20	
ПЗ. 1. Види та специфікації копірайтингу.	4	-	2	2	В, УД	3
ПЗ. 2.Сфери функціонування копірайтингу.	4	-	2	2	В, ПЗ	3
ПЗ. 3.Базові аксіоми копірайтингу.	4	-	2	2	В, П	3
ПЗ.4. Основні компоненти рекламної продукції.	4	-	2	2	В, ПЗ	3
ПЗ. 5. Види заголовків рекламного тексту	4	-	2	2	Д, П	4
ПЗ. 6. Стратегії написання ефективних заголовків.	4	-	2	2	Д, П	4
Тема 2. Копірайтинг у політичних комунікаціях.	20	-	8	12		14
ПЗ. 7. Творча платформа і концепція реклами.	5	-	2	3	В, УД	3
ПЗ. 8. Завдання та види текстів у політичних комунікаціях. Листівка.	5	-	2	3	П, УО	3
ПЗ. 9. Реклама на бордах та інших візуальних носіях. Лозунг. Слоган. Девіз.	5	-	2	3	П, УД	4
ПЗ. 10. 11 порад з написання чіткої копірайтингової продукції.	5	-	2	3	Д, ПЗ	4
Тема 3. Копірайтинг новини.	22	-	10	12		14
ПЗ. 11. Різновиди макетів, друкованої реклами	5	-	2	3	Д, УО	3
ПЗ. 12. Жанрова особливість	5	-	2	3	Д, УО	3

копірайтингу новини.						
ПЗ. 13. Технологія написання прес-релізу.Прес-реліз та прес-кіт	4	-	2	2	П	2
ПЗ. 14. Новина для телебачення	4	-	2	2	В, ПЗ	3
ПЗ. 15. Новина для радіо. Новина для періодичних друкованих ЗМІ.	4	-	2	2	В, УД	3
Тема 4. Копірайтинг іміджевої статті.	20	-	8	12		8
ПЗ. 16. Іміджева стаття як елемент системного брендингу.	5	-	2	3	Д	2
ПЗ. 17. Одна стаття – одне послання.	5	-	2	3	УД	2
ПЗ. 18. Візуальний компонент іміджевої статті.	5	-	2	3	П	2
ПЗ. 19. Емоції у рекламному тексті.	5	-	2	3	ПЗ	2
Тема 5. Особливості копірайтингу в Інтернеті	15	-	6	9		6
ПЗ. 20. Види текстів у просторі Інтернет.	5	-	2	3	УО, РМГ	2
ПЗ. 21. Принципи редагування копірайтингової продукції.	5	-	2	3	Д	2
ПЗ. 22. Рекламний текст брошури.	5	-	2	3	УД	2
Тема 6. Неймінг.	21	-	10	11		9
ПЗ. 23. Функції та вимоги до ефективного нейму в маркетингу та комунікації.	5	-	2	3	Д	2
ПЗ. 24. Види неймів за ціллю.	4		2	2	УД	2
ПЗ. 25. Види неймів за процесом та механізмом створення.	4	-	2	2	УД	2
ПЗ. 26. Нейм як інтелектуальна власність	4		2	2	УО	1
ПЗ. 27. Технології створення ефективного нейму.	4	-	2	2	П	2
Тема 7. Копірайтинг інтернет-реклами	16	-	8	8		8
ПЗ. 28. Основний текст рекламного оголошення	4	-	2	2	Д	2
ПЗ. 29. Вимоги до інтернет-банера.	4	-	2	2	УД	2
ПЗ. 30. Вимоги до текстів на сайті. Вимоги до заголовків на сайті.	4	-	2	2	В, РМГ	2

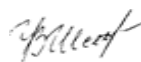
ПЗ. 31. Концепти, які необхідно враховувати при написанні рекламної продукції. Особливості редагування рекламного тексту.	4	-	2	2	УД	2
Тема 8. Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо, у різних видах друкованих видань	12	-	6	6		6
ПЗ. 32. Особливості текстів телевізійної реклами	4	-	2	2	Д	2
ПЗ. 33. Особливості текстів радіо реклами	4	-	2	2	УД	2
ПЗ. 34. Особливості текстів газетної реклами та оголошень	4	-	2	2	В, РМГ	2
	30	-	-	30	ІЗ	15
Разом	180/6	-	68	112		100
Підсумковий контроль-екзамен						
Поточний контроль / критерії оцінювання	<p>Перелік навчальних робіт та оцінка їх у балах: В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал. УД – участь у дискусії – 2 бали. КТ – комп’ютерне тестування – 1 бал. К – кейс-стаді – 2 бали. РМГ – робота в малих групах – 1 бал. Д – доповідь – 2 бали. П – презентація – 2 бали. К – створення кейсу – 3 бали. П – презентація – 2 бали. УО – усне опитування – 1 бал. ПЗ – письмові завдання – 2 бали ОН– онлайн навчання – 1 бал ІЗ – індивідуальні завдання – 15 балів (курси на платформі Europrostir по 2 бали за кожен (онлайн курс від Юлії Колесник (Europrostir) «Основи копірайтингу», практичний курс (Europrostir) «Як писати просто», практичний курс (Europrostir) «Як викликати емоцію через текст?», практичний курс (Europrostir) «Успішний сторітелінг»; онлайн курс від Олександра Трегуба (Europrostir) «Бренд-айдентика»); створення власного кейсу – 5 балів).</p> <p>Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.</p>					
Основні літературні та інформаційні джерела	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зінссер Вільям. «Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих текстів». Видавництво Наш Формат. 2018. 288 с. 2. Костюченко Ірина. Копірайтинг в алгоритмах. Київ: «Агенція «ІРІО», 2021. 128 с. 3. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: Підручник. – К.: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2013. 472 с. 4. Майкл Меттс, Енді Велфл. Письмо - це дизайн: Як слова створюють досвід користування (UX) . Видавництво: ArtHuss. 2021. 208 с. 5. Ревуцька С.К. Методичні рекомендації з вивчення дисципліни «Копірайтинг» [Текст] . М-во освіти і науки України, Донец. нац. 					

	<p>ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. українознавства; уклад. С.К. Ревуцька. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2018. 49 с.</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Стаська Падалка. В очікуванні копірайтера. Видавництво Rabulum. 2017. 160 с. 7. Холл Кіндра . Сторітелінг, який не залишає байдужим. Київ: Eakaboo Publishing, 2020. 240 с. 8. Марк Лівін. Сторітелінг для очей вух і серця. Видавництво Наш Формат. 2020. 184 с. 9. Ільяхов Максим, Саричева Людмила. Пиши скорочуй. Як створити дієвий текст. Київ: BOOKCHEF, 2019. 440 с. <p style="text-align: center;">Додаткові:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Барден Ф. Код зламано: або Наука про те, що змушує купувати. Харків. 2017. 314 с. 2. Каплунов Денис. Як писати Комерційну пропозицію. Видавництво: Фабула #PRO. 2019. 352 с. <p style="text-align: center;">Інтернет ресурси:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Онлайн курс від Юлії Колесник (europrostir) : «Основи копірайтінгу» - https://euprostir.org.ua/courses/127273 4. Практичний онлайн курс (Europrostir) : «Як писати просто» https://euprostir.org.ua/courses/141047?fbclid=IwAR0YREsaehsQkurt4DEkRTnvOIGTy0Fja64WH-oInq_RodFq9AF2XkZA9CQ 5. Практичний онлайн курс від Юлії Колесник (Europrostir) : «Як викликати емоцію через текст?» https://euprostir.org.ua/practices/134839 6. Практичний онлайн курс від Юлії Колесник (Europrostir) : «Успішний сторітелінг. Як писати так, щоб ваш текст прочитали.» https://euprostir.org.ua/practices/134437 7. Онлайн курс від Олександра Трегуба (Europrostir) : «Курс «Бренд-айдентика»» - https://euprostir.org.ua/courses/128216 8. Відео проекту #InnovationsTogether . Digital-комунікації громадських організацій. https://euprostir.org.ua/courses/139610 9. Онлайн курс від Campster : «Копірайтінг» - https://www.thecampster.com/ua/course/view?slug=%D0%BA%D0%BE%D0%BF%D1%96%D1%80%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3 10. The Complete Copywriting Course : Write to Sell Like a Pro - https://www.udemy.com/course/the-complete-copywriting-course/ 11. Gute Texte schreiben: Grundlagen des Werbetextens für Anfänger:innen /Ruth Clowes, Professional Copywriter. - https://www.skillshare.com/classes/Writing-Crystal-Clear-Copy-Copywriting-Basics-for-Beginners/961873623
Політика освітнього компонента	
Організація навчання	<p>Освітній компонент передбачає проведення практичних занять в групах, самостійну роботу з підручниками та навчально-методичними матеріалами, консультації з викладачем.</p> <p>На практичних заняттях проводиться детальний розгляд теоретичних положень курсу та формуються навички й уміння їх практичного застосування шляхом виконання здобувачами вищої освіти різнорівневих завдань, як усних, так і письмових в обсязі програмової тематики.</p> <p>Особистісно-орієнтований тип навчання. За методами та способами навчання: пасивні (пояснювально-ілюстративні); активні (проблемні, ігрові, інтерактивні, саморозвиваючі).</p>

Відпрацювання пропусків занять	<p>Відпрацювання пропусків здійснюється через систему управління навчанням MOODLE та індивідуальні консультації як (в усній і в письмовій формі, в залежності від тематики та обсягу пропущеного матеріалу).</p> <p><u>Письмове відпрацювання</u> включає: виконання завдань в системі MOODLE; виконання повідомлень, доповідей, рефератів, презентацій.</p> <p><u>Усне відпрацювання</u> включає: захист повідомлення, доповіді, реферату, презентації, створення кейсу.</p>
Допуск до підсумкового контролю	<p>Підсумковий контроль-екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів. Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.</p> <p>Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).</p>
Академічна доброчесність	<p>Роботи здобувачів вищої освіти мають бути їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Списування, втручання в роботу інших здобувачів освіти становлять приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.</p>
Інші складові політики компонента	<p>Врегулювання конфліктних ситуацій відбувається згідно Положення ВТЕІ про врегулювання конфліктних ситуацій http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/50.pdf</p>

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 01 від 22.01.2024.

Науково-педагогічний працівник



Уляна ШОСТАК

Завідувач кафедри



Наталя ІВАНИЦЬКА