

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ КОПІРАЙТИНГ



Ступінь освіти

бакалавр

Освітня програма

Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та
регіональні студії;
Журналістика,
Облік аудит,
Маркетинг,
Готельно-ресторанна
справа та кейтеринг,
Туризм

Тривалість викладання

4-й семестр (7 чверть)

Заняття:

Лекції

2 години на тиждень

Практичні/лабораторні/тощо

3 години на тиждень

Мова викладання

українська

Передумови для вивчення (за потреби): опановування вибіркової дисципліни “Копірайтинг” не потребує засвоєння будь-яких обов’язкових попередніх базових дисциплін.

Сторінка курсу в СДО НТУ «ДП»: <https://do.nmu.org.ua>

Інші додаткові ресурси:

Консультації: відповідно графіку консультацій

Онлайн-консультації: команди в дисципліні MS Teams

Інформація про викладачів:



Пілова Катерина Петрівна

доцент, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу

Персональна сторінка: <https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/pilova.php>

E-mail:

pilova.k.p@nmu.one



Жук Ілля Володимирович

Старший викладач кафедри маркетингу

Персональна сторінка:

<https://mk.nmu.org.ua/ua/kaff/zhuk.php>

E-mail:

Zhuk.I.V@nmu.one

1. Анотація до курсу

Копірайтинг – професійна діяльність, написання рекламних і презентаційних текстів (реклама (пряма або прихована) товару, компанії, послуги тощо).

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.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни полягає в формуванні умінь та компетенцій для володіння практичними навичками роботи з текстами комерційних комунікацій, а саме навичок збору інформації, розробки теми, написання різних видів рекламних текстів і текстів внутрішнього супроводу рекламної кампанії.

Завдання курсу:

- ознайомлення студентів із базовими принципами та технологіями копірайтингу;
- формування навичок написання кваліфікованих рекламних текстів;
- ознайомлення з характеристиками та вимогами до написання текстів різних жанрів;
- вивчення основних законів, правил та вимог написання ефективного тексту;
- ознайомлення зі структурою, складом та побудовою рекламного тексту;
- вивчення композиції тексту та публікацій у цілому;
- ознайомлення з основними засобами здійснення невербального впливу на аудиторію (візуальні, шрифтові виділення тощо);
- підготовка студентів до використання знань з дисципліни на практиці.

3. Результати навчання:

- знати закономірності та тенденції розвитку сучасного копірайтингу;
- вміти професійно застосовувати навички спілкування та написання текстів;
- вміти створювати впливові тексти професійного спрямування різних жанрів з урахуванням сприйняття рекламних текстів аудиторією;
- вміти створювати нейми та слогани;
- вміти застосовувати сторітелінг, колір, різні шрифти для підсилення переконливості текстів;
- вміти коректно використовувати різноманітні мовні засоби відповідно до комунікативних намірів;
- вміти креативно мислити, проявляти гнучкість у прийнятті рішень та застосовувати творчий підхід у створенні власних матеріалів.

4. Структура курсу

1. Копірайтинг як творчий процес. Задачі та можливості рекламного та PR-тексту.

- 1.1 Роль і місце копірайтингу в рекламних комунікаціях.
- 1.2 Креативна складова копірайтингу.
- 1.3 Шаблони в копірайтингу.
- 1.4 Розподіл товарів та послуг за базовими споживчими властивостями та їх відображення у рекламному тексті. Етапи життєвого циклу товарів та послуг та відповідний до них рекламний текст.

1.5 Копірайтинг в Internet.

2. Методи активізації творчих ідей при створенні рекламного продукту

- 2.1 Роль творчих ігор та вправ в пошуку нестандартних ідей.
- 2.2 Методи активізації ідей: «метод газетних вирізок», «метод вигаданих персонажів», «метод шести капелюхів» Едварда де Боно, методика Mind Mapping, техніка номінальної групи, мозкової атаки » А. Осборна та ін..

3. Структура рекламного тексту

- 3.1 Поняття «реklamний текст». Основні елементи рекламного тексту.
- 3.2 Логотип і слоган.
- 3.3 Заголовок. Основний рекламний текст (ОРТ). Заклучна фраза (коду). Види заголовків (інформативні, спонукальні, питальні). Структура ОРТ. Аргументація і ілюстрація в ОРТ.
- 3.4 Взаємозв'язок вербальних і візуальних елементів рекламного тексту. Класифікація рекламних текстів.

4. Створення слоганів і неймінг в діяльності копірайтера.

- 4.1 Сутність поняття «неймінг». Напрямки неймінга і типологія назв.
- 4.2 Основні етапи розробки назви для компанії, товару, послуги. Методи розробки.
- 4.3 Рекламний слоган: суть і типологія.

5. Робота копірайтера з брифом.

- 5.1 Структура брифу.
- 5.2 Поняття цільової аудиторії. Роль її вивчення в діяльності копірайтера.
- 5.3 Основне рекламне повідомлення.
- 5.4 Розробка креативної концепції на основі брифу. Креативна концепція: візуальне і вербальне втілення.

ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

- 1. Пошук творчих ідей при створенні рекламного продукту.
- 2. Формування структури рекламного тексту.
- 3. Розробка слоганів і неймінгів.
- 4. Організація та проведення брифу.

Інформація для студентів заочної форми навчання.

На сайті університету знаходиться графік навчального процесу. Протягом року передбачено заняття з викладачем у кількості 4 год лекційних та 6 год практичних занять.

Решту практичних завдань студент опановує самостійно. Виконані завдання практичних занять здаються за 2 тижні до сесії згідно графіку навчального процесу. Умови завдань знаходяться на сторінці курсу на платформі Moodle. Виконання комплексної контрольної роботи для студентів заочної форми навчання є обов'язковим. Підсумкова оцінка за дисципліну дорівнює середньому суми оцінок за контрольну роботу, аудиторні заняття та комплексну контрольну роботу.

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення*

На лекційних заняттях обов'язково мати з собою гаджети з можливістю підключення до інтернету.

Активованій акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Офіс365.

Використання Microsoft Word.

Використання Microsoft Power Point.

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Рейтингова шкала	Інституційна шкала
90 – 100	відмінно
75-89	добре
60-74	задовільно
0-59	незадовільно

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

Поточна успішність складається з успішності за підсумкову контрольні роботи (максимально оцінюється у 30 балів) та оцінок за роботу на практичних заняттях (оцінюється 7 завдань, виконання завдання максимально може принести здобувачу вищої освіти 10 балів). Отримані бали і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.

Підсумкове оцінювання (якщо здобувач вищої освіти набрав менше 60 балів та/або прагне поліпшити оцінку)	Залік відбувається письмово, білети містять 20 тестових запитань, 1 відкрите запитання. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на запитання тесту оцінюється у 4 бали. Правильна відповідь на відкрите запитання оцінюється у 20 балів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Максимальна кількість балів за екзамен: 100
Практичні заняття	Під час практичних занять відпрацьовуються навички індивідуальної та командної роботи. Максимально оцінюються у 70 балів (7 завдань×10 балів/заняття).

6.3. Критерії оцінювання елементів поточного та підсумкового контролю:

6.3.1. Контрольна робота складається з тестових завдань, відкритих теоретичних питань та творчого практичного завдання. Кожна правильна відповідь на тести поточної теоретичної контрольної роботи оцінюється у 1 бал, максимально можна отримати 20 балів (20 тестівх1бал).

Відкриті теоретичні питання – максимально 6 балів (2 питання х 3 бали): 3 бали – повна, логічна та аргументована відповідь; коректне використання професійної термінології; наведення прикладів; 2 бали – правильна, але неповна відповідь; незначні логічні або термінологічні неточності; фрагментарна відповідь, поверхове розуміння питання; 0 балів – відповідь не відповідає суті питання або відсутня.

Творче практичне завдання – 4 бали (створення поста для соціальних мереж, формулювання УТП або заголовка для рекламного матеріалу тощо). Критерії оцінювання творчого завдання:

4 бали – текст повністю відповідає завданню; креативний підхід; чітке врахування цільової аудиторії; грамотність; дотримання етичних норм копірайтингу;

3 бали – завдання виконано правильно, але з обмеженим креативним або аналітичним підходом;

2 бали — часткова відповідність завданню; помітні стилістичні або логічні недоліки;

1 бал – формальне виконання завдання без урахування вимог;

0 балів – завдання не виконано або не відповідає умовам.

6.3.2. Критерії оцінювання завдань.

Виконання кожного практичного (самостійного) завдання та усний захист звіту про його виконання оцінюється максимум у 10 балів (повнота виконання, презентація результатів завдання, участь у дискусії тощо). Максимально за виконання практичних завдань можна отримати 70 балів (7 завдань х 10 балів):

10–9 балів – високоякісна презентація з використанням мультимедійних та інтерактивних інструментів; повна, логічно структурована та аргументована письмова робота; ініціативна, глибока й змістовна участь у дискусії (виступи, коментарі, запитання, активне слухання); відмінне володіння навчальним матеріалом; самостійний креативний і аналітичний підхід до розв’язання завдання; переконлива аргументація з коректними посиланнями на професійні джерела; дотримання етичних стандартів копірайтингу та академічної доброчесності.

8 балів – якісна презентація з використанням мультимедійних та інтерактивних засобів; повна й аргументована письмова робота; ініціативна та змістовна участь у дискусії (виступи, коментарі, запитання, активне слухання); глибоке володіння навчальним матеріалом; самостійний аналіз проблеми; наведення переконливих аргументів із коректними посиланнями на наукові та професійні джерела.

7 балів – презентація з використанням мультимедійних засобів; наявність письмового звіту; активна та змістовна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання); упевнене володіння навчальним матеріалом; аргументовані відповіді з посиланням на джерела, без елементів поглибленого самостійного аналізу.

6 балів – презентація з використанням мультимедійних засобів; активна участь у дискусії (виступи, коментарі, активне слухання); наявність письмового звіту; загальне володіння навчальним матеріалом; аргументовані відповіді з поодинокими неточностями або недостатньо повним обґрунтуванням.

5 балів - презентація з використанням мультимедійних засобів; наявність

письмового звіту; участь у дискусії; базове володіння навчальним матеріалом; відповіді носять описовий характер, аргументація та посилання на джерела обмежені.

4 бали – усна презентація; наявність письмового звіту; активна участь у дискусії; володіння навчальним матеріалом із незначними помилками за сутністю обговорюваних питань; обмежене використання прикладів і термінології копірайтингу.

3 бали – усна презентація; наявність письмового звіту; формальна участь у дискусії без достатнього володіння навчальним матеріалом; фрагментарне розуміння теми; відсутність чіткої аргументації.

1–2 бали – наявність письмового звіту формального характеру; пасивна участь у занятті або залученість до дискусії викладачем; неувважність; відсутність достатніх знань щодо предмета обговорення; невміння застосовувати базові принципи копірайтингу.

6.4. Процедура проведення контрольних заходів.

Контрольні заходи з дисципліни будуть здійснені згідно з графіком навчального процесу, який можна знайти на сайті університету. Процедуру виконання завдань поточного контролю викладач оголошує на першому занятті або заздалегідь. За результатами поточного контролю студент може отримати найвищу оцінку у 100 балів, з'явитися на заняття, коли проводиться комплексна контрольна робота та отримати оцінку. Якщо оцінка поточного контролю не влаштовує, то студент може виконати комплексну контрольну роботу і також отримати максимально 100 балів.

Присутність на контрольних заходах сторонніх осіб без дозволу ректора, проректора або декана факультету не допускається. Під час комплексної контрольної роботи користуватися допоміжними засобами заборонено. Комплексна контрольна робота проходить за розкладом.

Детально процедуру проведення контрольних заходів можна знайти у Положенні про організацію освітнього процесу, Положенні про оцінювання результатів навчання

https://www.nmu.org.ua/ua/content/activity/us_documents/education_scientific_document_s.php.

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для опанування результатами навчання за дисципліною і отримання задовільної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується «Положенням про систему запобігання та виявлення плагіату у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка»», та Кодексу академічної доброчесності Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» <https://surl.li/nleywg>.

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), робота оцінюється незадовільно та має бути

виконана повторно. При цьому викладач залишає за собою право змінити тему завдання.

7.2. Комунікаційна політика

Здобувачі вищої освіти повинні мати активовану університетську пошту.

Обов'язком здобувача вищої освіти є перевірка один раз на тиждень (щотижня) поштової скриньки на Office365 та відвідування команди дисципліни у Microsoft Teams, платформи дистанційного навчання Moodle.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком здобувача вищої освіти є робота з дистанційним курсом «Копірайтинг» (www.do.nmu.org.ua).

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту, групу MS Teams, або дистанційну платформу Moodle.

7.3. Політика щодо перескладання

Повторне складання підсумкового контролю з дисципліни, коли студент отримав оцінку «незадовільно» (нижче 60-ти балів), допускається не більше двох разів. Спроби студента виправити оцінку й не допустити академічної заборгованості обмежуються терміном в один місяць після закінчення екзаменаційної сесії. Прийом першої перездачі здійснюється викладачем, який викладав матеріал навчальної дисципліни.

Прийом другої – комісією у складі трьох осіб: викладача, який викладав дисципліну; завідувача кафедри; представника деканату або викладача кафедри. Рішення комісії є остаточним.

У разі підтвердження комісією оцінки «незадовільно» або неявки студента на засідання комісії без поважних причин, комісія сповіщає про це декана факультету (директора інституту) для підготовки наказу ректора про відрахування студента за академічну неуспішність або визначення умов повторного вивчення цієї дисципліни.

Студенти заочної форми навчання повинні ліквідувати академічну заборгованість до початку наступної сесії.

7.4. Відвідування занять

З 24.02.2022 реалізація освітньої діяльності відбувається в умовах правового режиму воєнного стану. Наявна низка небезпек: повітряні тривоги, ризики припинення енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку. Згідно з наказами по університету у 2025-2026 навчальному році освітня діяльність здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання здійснюється з використанням дистанційних технологій через синхронні та асинхронні комунікації.

Відвідування онлайн лекцій та практичних занять реалізується через приєднання до «команди» Microsoft Teams. Під час повітряної тривоги заняття перериваються і продовжуються лише за умов перебування учасників освітнього процесу у захищених приміщеннях. Викладачем (за технічної та безпекової можливості) здійснюється запис заняття для підтримки асинхронного формату навчання.

У випадках відсутності енергозабезпечення, мобільного та Інтернет-зв'язку викладачем забезпечується асинхронний формат навчання та комунікація зі здобувачами за допомогою каналів зв'язку, що функціонують.

Про причини неможливості взяти участь в онлайн заняттях, ускладненні доступу до матеріалів на дистанційних платформах НТУ «ДП» тощо здобувач вищої освіти має повідомити викладача в особистих повідомленнях чатів Microsoft Teams, або листом на корпоративну е-пошту НТУ «ДП», або через старосту чи представника адміністрації факультету.

7.4 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

7.5. Бонуси

Здобувачі вищої освіти, які беруть участь у конференціях, конкурсах тощо отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.

7.6. Участь в анкетуванні

Наприкінці вивчення курсу та перед початком сесії здобувачу вищої освіти буде запропоновано анонімно заповнити електронні анкети, що розміщено на сайті кафедри маркетингу: <https://forms.office.com/e/cf7JRhRTbi> та у Microsoft Forms Office 365, які буде розіслано на ваші університетські поштові скриньки. Заповнення анкет є важливою складовою вашої навчальної активності, що дозволить оцінити дієвість застосованих методів викладання та врахувати ваші пропозиції стосовно покращення змісту навчальної дисципліни «Копірайтинг».

8. Рекомендовані джерела інформації

Базові

1. Бакалярська-Станкевич, Ю. Мова користі на практиці. Путівник по копірайтингу, що продає : електронна книга. – 2023.
2. Падалка Стаська. В очікуванні копірайтера / Стаська Падалка. –К.: Pabulum, 2017. – 160с.

Допоміжні

1. Terry, K. Copywriting for Marketers: The Busy Marketer's Guide to Writing Awesome Multichannel Marketing Copy. – 2024.
2. Handley, A. Everybody Writes: Your New and Improved Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content. – Updated Edition. – 2023.
3. Graf, D. Copywriting Masterclass – How to Become a Successful Copywriter Step by Step: All-in-One Guide with 100 Power Words, Call-to-Actions & Examples. – Independently Published, 2024. – 160 p. – ISBN 979-8878963688.