**Копірайтинг**

**Опис (анотація):** Копірайтинг – навчальна дисципліна професійної підготовки, що готує студентів до вирішення професійних завдань, пов’язаних з написанням рекламних текстів. Курс дає уявлення про креативний процес створення рекламного продукту й особливості роботи копірайтерів у рекламних агентствах.

**Тип:** дисципліни професійної підготовки (вибіркова).

**Термін вивчення:** 2 курс (3 семестр).

**Кількість кредитів:** 4 кредити ECTS: всього 120 год., з них: денна форма навчання – 40 год. аудиторних: 20 год. лекційних, 20 год. практичних занять.

**Викладацький склад:** кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри журналістики Громик Л.І.

**Мета курсу:** забезпечення теоретичної та практичної підготовки студентів до розробки та створення рекламної продукції з урахуванням принципів, законів і правил копірайтингу.

**Основні завдання дисципліни:**

1. дати поняття про сутність копірайтингу в рекламі, його значення в системі рекламного бізнесу;
2. ознайомити студентів з основними видами рекламних текстів, із базовими принципами та технологіями копірайтингу, основними законами, правилами та вимогами написання ефективного рекламного тексту;
3. сформувати базові практичні навички написання якісних рекламних текстів;
4. розвинути у студентів творче й концептуальне мислення;
5. навчити аналізувати готові рекламні матеріали та розробляти власний рекламний продукт.

**Результати навчання:** студенти **мають знати** основні поняття і терміни копірайтингу; принципи, закони і прийоми написання ефективних рекламних текстів. Студенти **мають уміти** використовувати теоретичні знання у власних рекламних продуктах; розробляти креативні ідеї рекламного тексту; створювати авторські рекламні тексти з урахуванням особливостей цільової аудиторії; обирати оптимальні для конкретної реклами засоби та прийоми копірайтингу.

**Методи викладання дисципліни:** усне слово викладача, пояснення, бесіда, опрацювання наукової літератури, дискусії, творчі завдання тощо.

**Методи оцінювання:** поточне усне опитування, самостійна робота, модульна контрольна робота тощо.

**Розподіл балів, що присвоюються студентам:**

|  |
| --- |
| **Денна форма навчання** |
| Поточнийконтроль | Модульна контрольна робота  | Самостійнаробота | Залік |
| 50балів | 30балів | 20балів | 100балів |

**Форма підсумкового контролю:** залік.

**Перелік основної літератури:**

1. Бернадская Ю. С. Копирайтинг. Омск : Издательство ОмГТУ, 2003. 136 с.
2. Блинкина-Мельник М. Рекламный текст. Задачник для копирайтеров. Москва : ОГИ, 2003. 200 с.
3. Брукс П. Копирайтинг: как написать рекламу, которая будет продавать. Москва : Бератор Паблишинг, 2005. 128 с.
4. Валладарес Дж. Ремесло копирайтинга / пер. с англ. под ред. С. Жильцова. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 272 с.
5. Ільяхов М., Саричева Л. Пиши, скорочуй. Як створити дієвий текст. Київ : Форс Україна, 2019. 440 с.
6. Каплунов Д. Копирайтинг массового поражения. Санкт-Петербург : Питер, 2013. 256 с.
7. Кот Д. Копирайтинг: как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают. Санкт-Петербург : Питер, 2013. 256 с.
8. Кромптон А. Мастерская рекламного текста. Москва : Издательский дом «Довгань», 1998. 243 с.
9. Слободянюк Э. Настольная книга копирайтера. Москва : Вершина, 2008. 256 с.
10. Трухімович С. В. Реклама. Конспект копірайтера. Львів : ЛА «Піраміда», 2009. 96 с.

**Мова викладання:** українська.