**Кам’янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка**

**Факультет української філології та журналістики**

**Кафедра журналістики**

1. **Загальна інформація про курс**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва курсу, мова викладання** | **КОПІРАЙТИНГ**  українська |
| **Викладач** | Громик Лариса Іванівна  кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри журналістики |
| **Профайл викладача** | <http://journkaf.kpnu.edu.ua/vykladachi-zhurnalistyka/hromyk-larysa-ivanivna/> |
| **E-mail:** | hromyk.larysa@kpnu.edu.ua |
| **Сторінка курсу в MOODLE** | https://moodle.kpnu.edu.ua/course/view.php?id=3480 |
| **Консультації** | щочетверга упродовж семестру з 14.30 до 15.30 |

1. **Анотація до курсу**

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.

Навчальна дисципліна «Копірайтинг» належить до вибіркових навчальних дисциплін професійної підготовки ОПП «Журналістика» для студентів спеціальності 061 Журналістика освітнього ступеня «магістр». Вивчається на другому курсі у третьому семестрі.

1. **Мета та цілі курсу**

**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.
6. **Формат курсу**

Стандартний курс (очний).

1. **Результати навчання**

**Програмні компетентності навчання:** здатність володіти основними навичками створення рекламних текстів.

**Очікувані результати навчання з дисципліни:** створювати авторський рекламний текст для різних ЗМІ. 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.

1. **Обсяг і ознаки курсу**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Найменування показників** | **Характеристика навчальної дисципліни** |
| **денна форма навчання** |
| Освітня програма, спеціальність | Журналістика  061 Журналістика |
| Рік навчання/рік викладання | другий/2020-2021 |
| Семестр вивчення | третій |
| Нормативна/вибіркова | вибіркова |
| Кількість кредитів ЄКТС | 4 кредити ЄКТС |
| Загальний обсяг годин | 120 |
| Кількість годин навчальних занять | 40 |
| Лекційні заняття | 20 |
| Практичні заняття | 20 |
| Семінарські заняття | 0 |
| Лабораторні заняття | 0 |
| Самостійна та індивідуальна робота | 80 |
| Форма підсумкового контролю | залік |

1. **Пререквізити курсу**

Передбачається наявність результатів навчання, здобутих у процесі засвоєння курсу «Комунікативний практикум».

1. **Технічне й програмне забезпечення/обладнання**

Вивчення курсу потребує мультимедійного проектора та ноутбука (персонального комп’ютера) для демонстрації презентацій.

1. **Політика курсу**

Для успішного вивчення курсу необхідним є вивчення навчального матеріалу за кожною темою. Кожен студент повинен ознайомитися і керуватися Положенням про дотримання академічної доброчесності науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти Кам’янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Статуту і Правил внутрішнього розпорядку Кам’янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Зокрема, для успішного засвоєння програмного матеріалу студент зобов’язаний:

– не запізнюватися на заняття;

– не пропускати заняття, а в разі хвороби надати довідку;

– самостійно вивчити матеріал пропущеного заняття;

– конструктивно підтримувати зворотній зв’язок на всіх заняттях;

– брати активну участь в освітньому процесі;

– своєчасно й охайно виконувати завдання самостійної роботи;

– відключити звук мобільного телефону під час занять;

– брати участь у контрольних заходах (поточний контроль, модульний контроль, контроль виконання СР; підсумковий контроль);

– будь-яке копіювання або відтворення результатів чужої праці, якщо тільки робота не має груповий формат, використання завантажених з Інтернету матеріалів кваліфікується як порушення норм і правил академічної доброчесності та передбачає притягнення винного до відповідальності у порядку, визначеному чинним законодавством та Положенням про дотримання академічної доброчесності науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти Кам’янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Результатом невиконання та / або недотримання правил може бути оцінка «незадовільно» за курс.

Академічна доброчесність. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Відвідування занять. Відвідування лекційних і практичних занять є обов’язковим. Допускаються пропуски занять з таких поважних причин, як хвороба (викладачу надається копія довідки від медичного закладу), участь в олімпіаді, творчому конкурсі тощо за попередньою домовленістю та згодою викладача за умови дозволу деканату (надаються документи чи інші матеріали, які підтверджують заявлену участь у діяльності студента). Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов’язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

Відпрацювання пропущених занять. Відпрацювання пропущених занять є обов’язковим незалежно від причини пропущеного заняття. Заняття відпрацьовується під час консультації викладача. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку.

Література. Уся література, яку студенти не можуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Консультації. Якщо у студентів виникають питання, то вони можуть звернутись із ними до викладача. Викладач призначає консультації, які потрібні для роз’яснення незрозумілих питань, для відпрацювання пропущених занять, для перевірки виконання самостійних завдань. Також студенти можуть звернутись на кафедру за літературою, за методичними рекомендаціями та іншими навчальними матеріалами.

1. **Схема курсу**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Назви змістових модулів і тем** | **Кількість годин** | | | |
| **разом** | **у тому числі** | | |
|  | **лекційні**  **заняття** | **практичні**  **заняття** | **самостійна**  **робота** |
| **Змістовий модуль 1. Копірайтинг** | | | | |
| Тема 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності. Види та специфікації копірайтингу. | 12 | 2 | 2 | 8 |
| Тема 2. Неймінг як рекламна технологія. | 16 | 4 | 2 | 10 |
| Тема 3. Специфіка рекламних слоганів. | 18 | 4 | 2 | 12 |
| Тема 4. Форми / види рекламних текстів. | 10 |  | 2 | 8 |
| Тема 5. Основні правила створення рекламного тексту. | 22 | 4 | 4 | 14 |
| Тема 6. Літературні прийоми та мовностилістичні засоби створення рекламних текстів. | 22 | 4 | 4 | 14 |
| Тема 7. Синтаксичні формули та їхня роль у копірайтингу. | 20 | 2 | 4 | 14 |
| **Разом годин** | 120 | 20 | 20 | 80 |

1. **Система оцінювання та вимоги**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Поточний і модульний контроль** | | | **Залік** |
| Поточний  контроль | МКР | Самостійна  робота | 100 |
| 50 балів | 30 балів | 20 балів |

**Поточний контроль (50 балів)**

Максимальний бал оцінки поточної успішності студентів на навчальних заняттях рівний 12.

Студенту, який не виконав поточних домашніх завдань, не підготувався до навчальних занять, в журнал обліку роботи академічної групи ставиться 0 балів.

Студент, знання, уміння і навички якого на навчальних заняттях за 12-бальною шкалою оцінено від 1 до 3 балів, вважається таким, що недостатньо підготувався до цих занять і має академічну заборгованість за результатами поточного контролю. Поточну заборгованість, пов’язану з непідготовленістю або недостатньою підготовленістю до навчальних занять, студент повинен ліквідувати. За ліквідацію поточної заборгованості нараховуються бали середнього (4, 5, 6), достатнього (7, 8, 9) та високого рівня (10, 11, 12).

Пропущені заняття студент має обов’язково відпрацювати. За відпрацьовані лекційні заняття оцінки не ставляться, за практичні заняття нараховуються бали середнього (4, 5, 6), достатнього (7, 8, 9) та високого рівня (10, 11, 12).

Якщо студент не відпрацював пропущені навчальні заняття, не виправив оцінки 0,1,2,3, отримані на навчальних заняттях, не виконав модульної контрольної роботи (МКР), завдання самостійної роботи менше ніж на 60% від максимальної кількості балів, виділених на ці види робіт, він вважається таким, що має академічну заборгованість за результатами поточного контролю.

**Модульна контрольна робота (30 балів)**

Модульна контрольна робота складається з 1 теоретичного та 2 практичних завдань (відповідно по 10 балів).

Мета написання МКР – виявити рівень теоретичних знань і практичних умінь та навичок з навчальної дисципліни «Копірайтинг».

Модульна контрольна робота виконується у письмовій формі. До її написання допускаються всі студенти. Позитивну оцінку за МКР не рекомендується покращувати. Невиконання модульної контрольної роботи оцінюється в 0 балів.

Студенти, які за результатами виконання МКР отримали рейтинговий бал менший 60% від максимальної кількості балів, виділених на цей вид роботи, а також ті, що не з’явилися для її виконання або не виконали її завдань, вважаються такими, що мають академічну заборгованість за результатами поточного контролю, ліквідація якої є обов’язковою.

**Самостійна робота (20 балів)**

Самостійна робота полягає у розробці тексту рекламного продукту та його представленні у формі доповіді-презентації (10-12 слайдів).

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