

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Економічний факультет

Кафедра економічної кібернетики

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(на основі ОП Маркетинг 2016 року)**

ОСНОВИ ДИЗАЙНУ ТА КОПРАЙТИНГ

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 27 серпня 2019 р.

м. Івано-Франківськ – 2019 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання та компетентності
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Основи дизайну та копірайтинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Викладач (-і)	Д.е.н., проф. Буртняк І.В.
Контактний телефон викладача	+38(097)9862632
Е-mail викладача	ivan.burtnyak@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний, заочний
Обсяг дисципліни	6 кредитів ECTS, 180 годин
Посилання на сайт дистанційного навчання	http://www.d-learn.pu.if.ua/index.php?mod=course&action=ReviewOneCourse&id_cat=97&id_cou=2696
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу консультацій
2. Анотація до курсу	
<p>Уміння володіти словом, здавна поцінювалося у суспільстві. Копірайтинг сьогодні – це не тільки створення рекламних матеріалів, а й звичайне написання текстів для статей. Копірайтингом наразі називаються матеріали не тільки рекламного, а й просто інформаційного характеру, написання будь-яких авторських текстів, інтернет сторінок, розділів новин і статей. Тож, робота копірайтера пов'язана зі створення унікальних (нових) текстів або просто написання статей, не обов'язково рекламного характеру, а для цього йому потрібно володіти мистецтвом слова, психологією, маркетинговими навичками. Крім того, у студентів має сформуватися розуміння важливості процесу створення рекламного звернення як потужного важеля психологічного впливу на свідомість споживача та інструменту досягнення комерційної ефективності на шляху просування виробленого фірмою продукту.</p>	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Мета: набуття студентами первинних практичних навичок роботи з текстами комерційних комунікацій, а саме опанування методами, техніками і технологіями створення різножанрових текстів, ефективних у роботі копірайтера.</p> <p>Основні цілі:</p> <ul style="list-style-type: none"> • усвідомлення студентами місця копірайтингу в системі підготовки фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю; • 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; • усвідомлення психологічних засад діяльності копірайтера; • ознайомлення з основними засобами здійснення невербального впливу на аудиторію (візуальні, шрифтові виділення тощо); <p>підготовка студентів до використання знань з дисципліни на практиці</p>	
4. Програмні результати навчання	
<p>Р3. Демонструвати навички професійної комунікації в усній та письмовій формах державною та іноземною мовами, розуміти наукові та професійні тексти.</p> <p>Р5. Використовувати методи і прийоми роботи з інформацією (збір, обробка, зберігання, передача) за допомогою технічних засобів і засобів поширення інформації.</p> <p>Р11. Збирати та опрацьовувати первинну та вторинну інформацію, перевіряти достовірність інформації, застосовувати відповідне програмне забезпечення.</p> <p>Р16. Організувати та впровадити комунікаційні функції маркетингу, визначати ефективність системи маркетингових комунікацій.</p>	

5. Організація навчання курсу					
Обсяг курсу - 180 год., екзамен					
Вид заняття			Загальна кількість годин		
лекції			28		
практичні			32		
самостійна робота			120		
Ознаки курсу					
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий		
5	075 Маркетинг	третій	вибірковий		
Тематика курсу					
Тема, план	Форма заняття	Літерату ра	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності. Види та специфікації копірайтингу Емерджентність сприйняття людиною друкованого тексту: що це вимагає від копірайтера. Алгоритміка сприйняття тексту в просторі. Роль контексту при сприйнятті текстового повідомлення. Колір, графіка як інформаційні коди текстового повідомлення. Слово як «точки входу» у свідомість та підсвідомість людини. Типи сприйняття тексту різними категоріями читачів. Аргументація та сугестія в друкованих текстах. Види копірайтингу за метою. Особливості копітайтингу в сфері зв'язків із громадськістю, рекламі, політичних комунікаціях. Що повинен знати та вміти копірайтер, щоб бути майстром копірайтингу	Лекція, практичне заняття	[1,2,4]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.	2 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 2. Копірайтинг у політичних комунікаціях. Завдання та види текстів у політичних комунікаціях. Листівка. Реклама на бордах та інших візуальних носіях. Лозунг. Слоган. Девіз	Лекція, практичне заняття	[1,2,5]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.	2 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 3. Копірайтинг новини. Жанрова особливість копірайтингу новини. Технологія написання прес-релізу. Прес-реліз та прес-кіт. Новина для телебачення.	Лекція, практичне заняття	[3,4,5]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до	2 бали	До наступного заняття за розкладом

Новина для радіо. Новина для періодичних друкованих ЗМІ			практичного заняття.		
Тема 4. Копірайтинг іміджевої статті. Іміджева стаття як елемент системного брендингу. Одна стаття – одне послання. Візуальний компонент іміджевої статті. Жанри іміджевої статті. Логіка побудови іміджевої статті.	Лекція, практичне заняття	[1,5,6]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.	2 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 5. Особливості копірайтингу в Інтернеті. Специфічні пошукові вимоги до змісту текстів у Інтернеті. Види текстів у просторі Інтернет. Прес-реліз в Інтернеті як міні-сайт. Що не рекомендується робити в копірайтингу текстів, які розміщуються в інтернет-просторі	Лекція, практичне заняття	[5,6,7]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.	2 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 6. Неймінг. Функції та вимоги до ефективного нейму в маркетингу та комунікації. Види неймів за ціллю. Види неймів за процесом та механізмом створення. Нейм як інтелектуальна вартість. Технології створення ефективного нейму	Лекція, практичне заняття	[4,6,7]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.	2 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 7. Копірайтинг інтернет-реклами. Вимоги до інтернет-банера. Вимоги до текстів на сайті. Вимоги до заголовків на сайті. Вимоги до листування по Інтернету	Лекція, практичне заняття	[3,5,7]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.	3 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 8. Копірайтинг візуальної реклами. Закони візуального сприйняття як основи для зовнішньої реклами. Провокуюча реклама. Білборди. Вивіски. Лайтбокси та інші види візуальної реклами	Лекція, практичне заняття	[5,6,8]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.	2 бали	До наступного заняття за розкладом
Тема 9. Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо, у різних видах друкованих видань. Особливості текстів телевізійної реклами. Особливості текстів радіореклами. Особливості	Лекція, практичне заняття	[4,6,8]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття.	2 бали	До наступного заняття за розкладом

текстів газетної реклами та оголошень. Особливості текстів журнальної реклами					
Підсумкове заняття	практичне	Практичне заняття		Контрольн а робота	Згідно розкладу

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	<p>100 бальна– 50 балів протягом семестру та 50 балів за екзамен</p> <p>“відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;</p> <p>“добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;</p> <p>“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;</p> <p>“незадовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p>
Вимоги до письмової роботи	Відповідно до навчального плану, студент виконує одну контрольну роботу, яка є допуском до складання іспиту. Головна мета її – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень курсу. При розв’язанні задач студент має детально вказувати, яким саме був хід його роздумів, якими формулами він користувався.
Практичні заняття	Практичне заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов’язує теоретичне навчання і навчальну практику з дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів. Оцінка за практичне заняття враховується при виставленні підсумкової оцінки з дисципліни
Умови допуску до підсумкового контролю	Студент повинен набрати не менше 50 балів у сумі за три змістові блоки: Поточний контроль (1-80 балів). Самостійна робота (1-10 балів). Індивідуальне завдання (1-10 балів).

7. Політика курсу

1. Самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей).
2. Опрацювання теоретичного матеріалу, проходження тестування в дистанційній формі навчання, виконання індивідуальних творчих завдань.
3. Опрацювання і підготовка до дискусій з приводу матеріалу, викладеного в хрестоматіях для самостійної роботи.

4.Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей.

5.Надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри (зазвичай, за допомогою платформи дистанційного навчання <http://www.d-learn.pu.if.ua>).

Пропущені практичні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій. Поточні незадовільні оцінки, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються, що визначається положенням «Про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій за умови індивідуального графіку роботи студента. Відпрацювання пропущених занять здійснюється згідно графіку консультацій викладача.

8. Рекомендована література

Базова

1. Блинкина-Мельник М. Рекламный текст. Задачник для копирайтеров / М. Блинкина-Мельник. – М.: ОГИ, 2013. – 200 с.
2. Брукс П. Копирайтинг: как написать рекламу, которая будет продаваться / П. Брукс. – М. : Бератор Паблицинг, 2015. – 128с.
3. Телетов О.С. Рекламный менеджмент: підручник / О.С.Телетов. – Суми: Унів. Книга, 2009. – 365 с.
4. Орлов В. Магия твоих текстов / В. Орлов. – М. : Powerbooks, 2013. – 75 с.
Орлов В. Суперзаголовок / В. Орлов. – М. : Consillieri, 2015. – 36 с.

Допоміжна

5. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы / Х. Кафтанджиев. – М. : Смысл, 2015. – 128 с.
6. Басій Н.Ф. Рекламний менеджмент: навч. посібник / Н.Ф.Басій. – Львів: Видавництво ЛКА. 2011. – 328 с.
7. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посібник / В.В.Божкова, В.В. Мельник. – [2-е вид., стер.]. – К.: ЦУЛ, 2010. – 200 с
8. Владимирська Г.О. Реклама: навч.посібник / Г.О. Владимирська, П.О. Владимирський. – К.: Кондор, 2006. – 334 с.

Викладач

Буртняк І.В.