	СИЛАБУС **навчальної дисципліни** **«Копірайтинг»**
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	Всі спеціальності ННІ ЕУПІТ (крім 075 Маркетинг)
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова факультетська навчальна дисципліна
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр.
Трудомісткість	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4,0.
Мова викладання	Державна
Факультет, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника	Лядський Ігор, к. с.-г. н., старший викладач кафедри маркетингу Контакти: каб. 427, (навчальний корпус № 4) e-mail: lyadskiy.igor@pdaa.edu.ua Сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/lyadskyy-igor-kostyantynovych
Мета вивчення навчальної дисципліни	Навчити студентів спеціальним знанням та вмінням з написання текстів у рекламних цілях. Допомогти у оволодінні практичними навичками роботи з матеріалами комерційних комунікацій, формування теми, зокрема збору та коректного запозичення інформації, підготовки різних видів тексту.
Компетентності	***загальні:*** ЗК 1. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ***фахові (спеціальні):*** ФК 1. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК 2. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
Результати навчання	ПР 1. Створювати грамотний текстовий продукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням цільової аудиторії. ПР 2. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
Методи навчання	Словесні методи (лекція, розповідь-пояснення, бесіда проблемно-пошукового характеру, діалог); наочні методи (ілюстрування), практичні методи (робота з навчально-методичною літературою, розв'язування педагогічних задач); методи формування пізнавальних інтересів (створення ситуації інтересу, навчальні дискусії; метод використання життєвого досвіду, проєктування професійних ситуацій); методи стимулювання, мотивації й обов'язку (роз'яснення мети навчального предмета, висування вимог до вивчення предмета, оперативний контроль), інтерактивні методи (робота в групах, мікродослідження); комп'ютерні і мультимедійні методи (використання мультимедійних презентацій, дистанційне навчання системі Moodle, Google Meet).
Програма навчальної дисципліни	Тема 1. Копірайтинг в системі маркетингу. Тема 2. Різновиди копірайтингу. Рерайтинг, спічрайтинг.

	Тема 3. Правило підготовки тексту, який продає. Тема 4. Особливості копірайтингу в соціальних мережах. Тема 5. SEO та LSI оптимізація текстів. Тема 6. Підготовка ТЗ. Організація та контроль діяльності копірайтера. Тема 7. Сторітеллінг як технологія ефективної комунікації. Тема 8. Зв'язок копірайтингу та журналістики.
Стратегія оцінювання результатів навчання	Одним із обов'язкових елементів навчального процесу є систематичний поточний контроль оволодіння компетентностями та підсумкова оцінка рівня досягнення програмних результатів навчання. Форми поточного контролю: тестування, практичні завдання, презентація. Форма семестрового контролю: залік
Політика навчальної дисципліни	1. Академічна доброчесність: здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. 2. Дедлайни та перескладання: практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу деканату. 3. На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумови відсутні
Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни	Презентації, відео та аудіо записи
Рекомендовані джерела інформації	**Основні** 1. Костюченко І. Копірайтинг в алгоритмах. К. : «Агенція «ІРІО», 2021. 128 с. 2. Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Львів, 2015. 102с. 3. Ревуцька С.К. Методичні рекомендації з вивчення дисципліни «Копірайтинг». М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. українознавства. Кривий Ріг : ДонНУЕТ. 2018. 49 с. 4. Максим Ільяхов, Людмила Саричева. Пиши, скорочуй. К.: BookChef. 2019. 440с. 5. Роберт Маккі. Оповідь. Субстанція, структура, стиль та принципи письмової екранізації. К. : АРК.ЮЕЙ. 2021. 520 с. 6. Марк Лівін. Сторітелінг для очей, вух і серця. К. : Наш формат. 2020. 184 с. 7. Каплунов В. Нейрокопірайтинг. Київ: Фабула, 2018. 352 с. 8. Зінсер В. Магія переконливих текстів. К: Наш Формат, 2018. 288 с. **Допоміжні** 1. Блинова Н. М., Кирилова О. В. Копірайтинг як діяльність зі створення онлайнового контенту. Communications and Communicative Technologies. 2018. Вип. 18. С. 13–21. 2. Левщанова О. О., Підмогильна Н. В. Копірайтер в українському медіапросторі: соціальні аспекти. Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2019. Вип. 11. С. 71–76. 3. Сібріна Г. С., Федоренко Ю. А., Хруль О. П. Дефініція копірайтингу в сучасних реаліях. International scientific and practical conference «The European

	development trends in journalism, PR, media and communication». Wloclawek, Republic of Poland : «Baltija Publishing», 2021. P. 18–22. 4. Цапок О. М. Різновиди сучасного копірайтингу. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2019. № 3 (39). С. 115–120. 5. Пекар К. Р., Лизунова О. М., Іщенко Я. Г. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства шляхом використання послуг копірайтера. Вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2017. № 27. Ч.2. С. 45–48. 6. Ткачук С.В., Стахурська С.А., Стахурський В.О. Копірайтинг соціальної реклами як інструмент соціального маркетингу: цілі та підходи. Економіка і суспільство. 2022. Вип 35. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1070 7. Огірко О. І., Пілат О. Ю., Романюк О. П. Інформаційні технології ерайтинга у веб-поліграфії. Фізико-математичний вісник. 2016. URL: https://fmat.io.ua/s2302322/informaciyni _tehnologie_reraytinga_u_veb-_poligrafie **Інформаційні ресурси** 1. Блог про контент-маркетинг https://copyblogger.com 2. Блог про копірайтинг https://www.quicksprout.com/copywriting 3. Сайт про написання статей та ведення блогів https://smartblogger.com 4. Сайт про копірайтинг https://copyhackers.com 5. Студія Дениса Каплунова https://kaplunoff.com/ua
Рік введення	2023