

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ  
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ  
ВІДНОСИН ім. Б. Д. ГАВРИЛИШИНА

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Директор ІНІМВ  
ім. Б. Д. Гаврилишина  
Ірина ІВАЩУК  
*Ірина Іващук*  
31 серпня 2023р.

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Виконавач обов'язків проректора  
з науково-педагогічної роботи  
Віктор ОСТРОВЕРХОВ  
*Віктор Островерхов*  
31 серпня 2023р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

з дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)»

ступінь вищої освіти – бакалавр

галузь знань – 03 Гуманітарні науки

спеціальність – 035 Філологія

спеціалізація – 035.041 Германські мови та літератури (переклад

включно), перша - англійська

освітньо-професійна програма – «Бізнес-комунікації та переклад»

Кафедра іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій

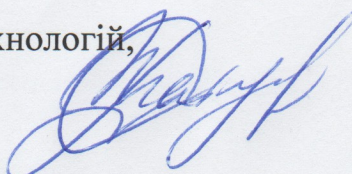
Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції	Практ.	ІРС	Тренінг/ Кпіз	СРС	Разом	Екзамен, залік
Денна	3	6	28	14	3	6	99	150	залік

Тернопіль – ЗУНУ  
2023

Робочу програму склала кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій Ірина ГОРЕНКО.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій, протокол № 1 від 29 серпня 2023 р.

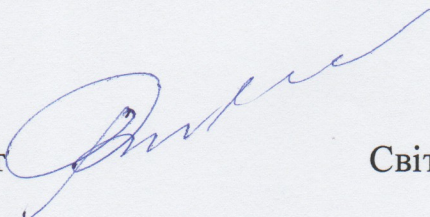
Завідувач кафедри іноземних мов  
та інформаційно-комунікаційних технологій,  
кандидат філологічних наук, доцент



Людмила КРАЙНЯК

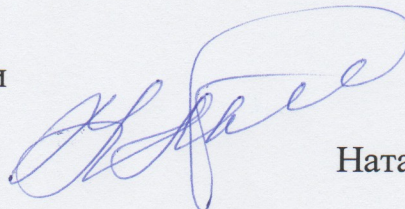
Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 035 Філологія,  
протокол № 1 від 29 серпня 2023 р.

Голова групи  
Забезпечення спеціальності  
кандидат філологічних наук, доцент



Світлана РИБАЧОК

Гарант освітньо-професійної програми  
«Бізнес-комунікації та переклад»  
кандидат філологічних наук, доцент



Наталія РИБІНА

**СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ**  
**З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «КОПІРАЙТИНГ (англійською мовою)»**

**1. Опис дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)»**

Дисципліна «Копірайтинг (англійською мовою)»	Галузь знань, найменування спеціальності, спеціалізація, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS: 5	Галузь знань – 03 Гуманітарні науки	Вибіркова дисципліна циклу гуманітарної підготовки Мова навчання – англійська.
Кількість залікових модулів: 3	Спеціальність – 035 Філологія	Рік підготовки: 3 курс  Семестр: 6
Кількість змістових модулів: 4	Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська	Лекції: 28 год. Практичні заняття: 14 год.
Загальна кількість годин: 150	Ступінь вищої освіти - бакалавр	Самостійна робота: 99 год. Індивідуальна робота: 3 год. Тренінг, КПЗ: 6 год.
Тижневих годин: 10,7 з них аудиторних: 3		Вид підсумкового контролю:  залік

## **2. Мета і завдання вивчення дисципліни**

### **2.1 Мета вивчення дисципліни**

Дисципліна «Копірайтинг (англійською мовою)» – є вибірковою дисципліною для студентів, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Бізнес комунікації та переклад» підготовки бакалаврів галузі знань «Гуманітарні науки» за спеціальністю «Філологія» (спеціалізація – «Германські мови та літератури (переклад включно), перша англійська»).

*Мета дисципліни* - здобуття студентами теоретичних знань і набуття практичних навичок розробки й оформлення текстів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю для досягнення максимального комунікаційного ефекту.

*Предметом* навчальної дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)» – є теоретико-комунікативні та практичні основи процесу написання текстів для сфери реклами та зв'язків з громадськістю.

### **2.2. Завдання навчальної дисципліни**

Завдання курсу полягає у тому, щоб ознайомити студентів з основами копірайтингу, розумінням його ролі в маркетингових стратегіях:

- дослідження різних стилів та жанрів рекламних текстів, вивчення їх характеристик та ефективних прийомів;
- розробка креативних маркетингових кампаній з використанням рекламних текстів для різних каналів та форматів;
- ознайомлення студентів з сучасними трендами та інструментами у сфері копірайтингу.

### **2.3. Після вивчення дисципліни студент повинен знати:**

- основні принципи та техніки написання привабливих та ефективних рекламних текстів;
- різні стилі та жанри копірайтингу в залежності від завдань та цільової аудиторії;
- елементи ефективного рекламного тексту: заголовок, посилання, основний текст, заклик до дії;
- особливості написання рекламних текстів для соціальних мереж, телебачення, радіо та інших каналів.

## **2.4. Після вивчення дисципліни студент повинен вміти:**

- проводити критичний аналіз власних та інших рекламних текстів для постійного вдосконалення;
- проявляти креативність та ініціативу в розвитку та вдосконаленні своїх текстових маркетингових стратегій;
- розвинуті навички командної роботи та співпраці з іншими спеціалістами у сфері маркетингу та реклами;
- застосовувати різні стилі та жанри копірайтингу в залежності від завдань та цільової аудиторії;
- аналізувати та оцінювати ефективність рекламних текстів, коригування стратегій на основі отриманих даних;
- розробляти та впроваджувати креативні рішення для створення оригінальних текстів.

## **3. Програма навчальної дисципліни «КОПРАЙТИНГ (англійською мовою)»**

### ***Змістовий модуль 1. КОПРАЙТИНГ ЯК ВИД ФАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ***

Тема 1. Сутність копірайтингу як вид професійної діяльності.

Види копірайтингу.

Різновиди копірайтерських послуг.

Тема 2. Основні правила копірайтингу: зарубіжний та вітчизняний досвід.

Фахові знання та особисті якості копірайтера.

### ***Змістовий модуль 2. ОСНОВНІ ЕТАПИ КОПРАЙТИНГУ У РЕКЛАМІ ТА ЗВ'ЯЗКАХ З ГРОМАДСЬКІСТЮ***

Тема 3. Рекламний (PR) текст та рекламна (PR) стратегія.

Визначення рекламних (PR) цілей.

Рационалістичні та проєкційні (емоційні) типи творчих стратегій.

Тема 4. Комунікаційна активність конкурентів Вибір ознак та властивостей товару (послуги) як об'єкту рекламування.

Вибір ознак та властивостей товару (послуги) як об'єкту рекламування.

Визначення цільової групи споживачів рекламованого товару чи послуги.

### ***Змістовий модуль 3. СКЛАДОВІ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ***

Тема 5. Функції рекламного заголовка.

Види рекламних заголовків.

Фактори вибору рекламних заголовків.

Тема 6. Стилi рекламного тексту.

Фактичний та емоційний підхід при написанні рекламних текстів.

Діалогічний, розповідний та метафоричний стилі рекламного тексту.

### ***Змістовий модуль 4. ОСОБЛИВОСТІ НАПИСАННЯ ТЕКСТІВ ДЛЯ РІЗНИХ ВИДІВ РЕКЛАМИ***

Тема 7. Формати та жанри рекламних текстів.

Особливості написання текстів для друкованої реклами.

Формати та жанри друкованої реклами.

Тема 8. Особливості написання текстів для радіо-та телевізійної реклами.

Формати та жанри радіо- та телевізійної реклами.

Креативні технології радіо- та телереклами.

#### 4. Структура залікового кредиту дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)»

	Кількість годин					
	Лекції	Прак-тичні заняття	Самостій-на робота	Індиві-дуальна робота	Тренінг КППЗ /	Контрольні заходи
<b><i>Змістовий модуль 1. КОПІРАЙТИНГ ЯК ВИД ФАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</i></b>						
Тема 1. Сутність копірайтингу як професійної діяльності. Види копірайтингу. Різновиди копірайтерських послуг.	4	2	12	1	2	Опитуван-ня під час заняття
Тема 2. Основні правила копірайтингу: зарубіжний та вітчизняний досвід. Фахові знання та особисті якості копірайтера.	4	2	13			
<b><i>Змістовий модуль 2. ОСНОВНІ ЕТАПИ КОПІРАЙТИНГУ У РЕКЛАМІ ТА ЗВ'ЯЗКАХ З ГРОМАДСЬКІСТЮ</i></b>						
Тема 3. Рекламний (PR) текст та рекламна (PR) стратегія. Визначення рекламних (PR) цілей. Раціоналістичні та проєкційні (емоційні) типи творчих стратегій.	4	2	12	1	2	Опитуван-ня під час заняття
Тема 4. Комунікаційна активність конкурентів. Вибір ознак та властивостей товару (послуги) як об'єкту рекламування. активність конкурентів. Вибір ознак та властивостей товару (послуги) як об'єкту рекламування.	4	2	13			

Визначення цільової групи споживачів рекламованого товару чи послуги.						
-----------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--

**Змістовий модуль 3. СКЛАДОВІ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ**

Тема 5. Функції рекламного заголовка. Види рекламних заголовків. Фактори вибору рекламних заголовків.	4	2	12			Опитування під час заняття
Тема 6. Стили рекламного тексту. Фактичний та емоційний підхід при написанні рекламних текстів. Діалогічний, розповідний та метафоричний стилі рекламного тексту	4	2	13			

**Змістовий модуль 4. ОСОБЛИВОСТІ НАПИСАННЯ ТЕКСТІВ ДЛЯ РІЗНИХ ВИДІВ РЕКЛАМИ**

Тема 7. Формати та жанри рекламних текстів. Особливості написання текстів для друкованої реклами. Формати та жанри друкованої реклами	2	1	12	1	2	Опитування під час заняття
Тема 8. Особливості написання текстів для радіо- та телевізійної реклами. Формати та жанри радіо- та телевізійної реклами. Креативні технології радіо- та телереклами.	2	1	12			



Разом	28	14	99	3	6	

### 5. Тематика лекційних завдань

**Лекція 1.** Сутність копірайтингу як професійної діяльності. Види копірайтингу.

**Лекція 2.** Різновиди копірайтерських послуг.

**Лекція 3.** Основні правила копірайтингу: зарубіжний та вітчизняний досвід. Фахові знання та особисті якості копірайтера.

**Лекція 4.** Рекламний (PR) текст та рекламна (PR) стратегія. Визначення рекламних (PR) цілей. Раціоналістичні та проєкційні (емоційні) типи творчих стратегій.

**Лекція 5.** Комунікаційна активність конкурентів. Вибір ознак та властивостей товару (послуги) як об'єкту рекламування. Активність конкурентів.

**Лекція 6.** Вибір ознак та властивостей товару (послуги) як об'єкту рекламування.

**Лекція 7.** Визначення цільової групи споживачів рекламованого товару чи послуги.

**Лекція 7.** Функції рекламного заголовка. Види рекламних заголовків.

**Лекція 8.** Фактори вибору рекламних заголовків.

**Лекція 9.** Стилi рекламного тексту. Фактичний та емоційний підхід при написанні рекламних текстів.

**Лекція 10.** Діалогічний, розповідний та метафоричний стилі рекламного тексту.

**Лекція 11.** Формати та жанри рекламних текстів. Особливості написання текстів для друкованої реклами.

**Лекція 12.** Формати та жанри друкованої реклами.

**Лекція 13.** Особливості написання текстів для радіо- та телевізійної реклами. Формати та жанри радіо- та телевізійної реклами.

**Лекція 14.** Креативні технології радіо- та телереклами.

## **6. Тематика практичних занять**

### ***Практичне завдання 1:***

Тема 1. **«Копірайтинг як вид фахової діяльності»**

**Мета:** Проаналізувати психологію цільової аудиторії для ефективного залучення їх уваги. Розглянути маркетингові принципи для створення текстів, спрямованих на досягнення конкретних бізнес-цілей.

*Питання для обговорення:*

1. Роль копірайтингу в маркетингу.
2. Ключові елементи ефективного рекламного тексту.

### ***Практичне завдання 2:***

Тема 2. **«Основні правила копірайтингу: зарубіжний та вітчизняний досвід.»**

**Мета:** Ознайомлення із основними правилами копірайтингу, включаючи зарубіжний та вітчизняний досвід. Розуміння та ретельне дослідження цільової аудиторії, їхніх потреб, інтересів і мови.

*Питання для обговорення:*

1. Спілкування з аудиторією.
2. Ключові елементи рекламних заголовків.

### ***Практичне завдання 3:***

Тема 3. Рекламний (PR) текст та рекламна (PR) стратегія.

**Мета:** Представлення студентам концепцій привертання уваги та стимулювання

інтересу аудиторії до продукту чи послуг.

*Питання для обговорення:*

1. Ефективність креативності в рекламних текстах.
2. Рекламні тексти та вплив на психологію споживача.

***Практичне завдання 4:***

Тема 4. Комунікаційна активність конкурентів.

**Мета:** Розглянути та проаналізувати стратегії взаємодії конкурентів у сфері комунікацій.

*Питання для обговорення:*

1. Вплив соціальних мереж на міжособистісні відносини.
2. Роль медіа у формуванні громадської думки.

***Практичне завдання 5:***

Тема 5: «**Функції рекламного заголовка. Види рекламних заголовків.**»

**Мета:** Навчити студентів мистецтву створення ефективних рекламних заголовків.

*Питання для обговорення:*

1. Інформаційні заголовки.
2. Заголовки, що спонукають до дії.

***Практичне завдання 6:***

Тема 6: «**Стили рекламного тексту**»

**Мета:** Здобуття конкретних практичних навичок, розвиток та застосування у реальних ситуаціях.

*Питання для обговорення:*

1. Інформативний стиль.
2. Мотиваційний стиль.

## **Практичне завдання 7:**

Тема 8: **«Особливості написання текстів для радіо та телевізійної реклами»**

**Мета:** Опанування особливостей написання рекламних текстів для радіо та телевізійної реклами.

*Питання для обговорення:*

1. Роль креативності у радіо- та телевізійній рекламі.
2. Візуальний аспект у телевізійній рекламі.

### **7. Комплексне практичне індивідуальне завдання (КПЗ) з дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)»**

КПЗ з дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)» має на меті продемонструвати практичне застосування отриманих знань та навичок у галузі написання ефективних рекламних текстів. Це завдання може включати в себе різні аспекти копірайтингу та орієнтуватися на практичне застосування теоретичних концепцій.

1. Копірайтинг: основні поняття та зміст. Професія «Копірайтер»
2. Текст, основні вимоги до його написання
3. Психологічні особливості сприйманні PR-текстів. Структура рекламного повідомлення
4. Створення текстів спеціальних документів у зв'язках з громадськістю
5. Наймінг. Слоган, правила створення. SEO-копірайтинг у мережі Інтернет
6. Основи редакторської майстерності. Етапи редагування: методичні аспекти
7. Коректура в редагуванні. Коректурні знаки
8. Редакторська підготовка складових тексту: заголовки, цитати
9. Художнє й технічне редагування.
10. Літературне редагування .
11. Загальна класифікація помилок у текстах різних видань.
12. Технологія редагування й техніка правки.

### **8. Самостійна робота**

При обмеженні навчального аудиторного часу, а також з урахуванням обов'язкової умови інтенсивного характеру вправ для оволодіння іноземною мовою, виникає необхідність навчати студентів самостійно працювати в

позааудиторний час. Самостійна робота студентів – важлива складова ефективної підготовки фахівців будь-якого освітньо-кваліфікаційного рівня та будь-якої спеціальності. Оскільки інтереси студентів концентруються навколо їхньої майбутньої професії, то зміст і характер самостійної позааудиторної роботи узгоджується з найбільш глибокими й значущими мотивами їхньої діяльності, пов'язаними з профілюючою спеціальністю.

Тому самостійна робота з дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)» здійснюється у двох формах, які вимагають суттєвих витрат часу та зусиль:

- читання для професійних та академічних потреб;
- письмо для професійної діяльності і академічних потреб.

Для самостійного опрацювання студентами та їхньої самостійної роботи пропонується низка завдань. Вони підлягають вивченню у рекомендованій послідовності після уважного опрацювання матеріалу, передбаченого для аудиторної роботи. Основою для ознайомлення є літературні джерела, наведені у переліку. При наявності незрозумілих питань студентам рекомендується звертатися за консультаціями до викладача з метою отримання необхідних роз'яснень щодо організації самостійної роботи та можливого розширення списку літературних джерел.

## **9. Тренінг з дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)»**

Тренінг – це запланований процес модифікації (зміни) ставлення, знання чи поведінкових навичок того, хто навчається, через набуття навчального досвіду, щоб досягти ефективного виконання в одному виді діяльності або в певній галузі.

Проведення тренінгу дозволяє:

- забезпечити засвоєння знань отриманих у процесі вивчення дисципліни;
- розвинути у студентів навички усного та письмового мовлення.

Організація і порядок проведення тренінгу.

1. Вступна частина. Актуалізація теми тренінгового заняття та структуризація процесу його проведення. Ознайомлення студентів з метою тренінгу, його завданнями, процедурою проведення, очікуваними результатами. Представлення програми тренінгу.
2. Організаційна частина. Встановлення правил проведення тренінгу та визначення завдань.
3. Практична частина. Виконання тренінгових завдань у групах із використанням базових та інноваційних методів проведення тренінгу за визначеною темою. Підготовка презентаційних матеріалів за результатами виконання тренінгового завдання.

4. Підведення підсумків. Презентація практичної роботи в групах. Обговорення результатів виконання завдань, обмін думками з проблематики теми тренінгу, підведення підсумків, оцінка результативності роботи в групах та досягнення поставлених цілей тренінгу.

#### **Тематика тренінгу «Творчість та ефективність в рекламних текстах»**

**Мета тренінгу:** розвиток ключових навичок у написанні рекламних текстів. Учасники отримають можливість вивчити та вдосконалити техніки копірайтингу, спрямовані на творчість та максимальну ефективність в комунікації з цільовою аудиторією.

**Формат Тренінгу:** тренінг буде включати в себе лекції, практичні вправи, групові дискусії, а також роботу над проектами та взаємний обмін досвідом. Кожен учасник отримає можливість практично використовувати набуті знання та отримати зворотний зв'язок.

#### **Результати тренінгу:**

- Ефективність використання техніки копірайтингу для створення привабливих рекламних текстів.
- Адаптація навичок до різних медіаформатів та платформ.
- Застосовування творчого підходу у написанні текстів задля підвищення ефективності.

### **10. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання**

У процесі вивчення дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- поточне опитування;
- залікове модульне опитування;
- оцінювання результатів КППЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- формування словників спеціальних термінів;
- модульна контрольна робота;
- залік.

### **11. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю**

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Копірайтинг (англійською мовою)» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

## Для заліку

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3
<b>30%</b>	<b>40%</b>	<b>30%</b>
1. Усне опитування під час заняття = 10 балів (1- 4тема по 10 балів = 40 балів) 2. Письмова робота = 50 балів	1. Усне опитування під час заняття = 10 балів (5-8 тема по 10 балів = 40 балів) 2. Письмова робота = 50 балів	1. Написання та захист КПЗ = 60 балів. 2 Виконання самостійної роботи = 20 балів 2. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів

## Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

## 11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійний проектор Epson EB-505, ноутбук	1-8
2.	Прикладне програмне забезпечення загального призначення (засоби Microsoft Office)	1-8

## РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Копірайтинг в соціальних мережах: вивчення стратегій, психології та впливу на динаміку цифрового спілкування [Текст] : метод. розроб. / уклад. І. Горенко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2023. - 30 с. <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49060>
2. Глосарій термінів із дисципліни «Копірайтинг» [Текст] : для студ. спец. «Бізнес комунікації та переклад» / уклад. І. Горенко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2023. - 25 с. <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49062>
3. Копірайтинг [Текст] : завдання для самостійної роботи. / уклад. І. Горенко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2023. - 32 с. <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49059>
4. Arens, W. F., Schaefer, D., & Weigold, M. F. M: Advertising, 2022.
5. Bartram, D. Successful Television Writing, 2021.
6. Berger, J. Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age, 2022.
7. Bly, R. W. The Copywriter's Handbook: A Step-By-Step Guide to Writing Copy That Sells, 2019.
8. Caples, J. Making Ads Pay: Timeless Tips for Successful Copywriting, 2021.
9. Edwards, D. Copywriting for Dummies, 2021.
10. Evans, D., & McKee, J. Social Media Marketing: An Hour a Day, 2022.
11. Felton, G. Advertising: Concept and Copy, 2020.
12. Hopkins, C. Scientific Advertising: Learn the Secrets of Writing Online Copy That Sells, 2020.
13. Keller, K. L. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, 2021.
14. Konrad, R. Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content, 2020
15. Pricken, M. Creative Advertising: Ideas and Techniques from the World's Best Campaigns, 2021.
16. Reiss, J. Television Writing from the Inside Out: Your Channel to Success, 2022.
17. Ries, A., & Trout, J. Positioning: The Battle for Your Mind, 2021.
18. Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. Consumer Behavior, 2022.
19. Slaunwhite, S., & Tyson, P. The Wealthy Freelancer: Your Guide to Making Great Money on Your Own Schedule, 2019.
20. Smith, R., & Ranalli, A. Copywriting: Successful Writing for Design, Advertising, and Marketing, 2021.
21. Solomon, M. R. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, 2022.
22. Stone, B. Successful Direct Marketing Methods, 2020.
23. Sugarman, J. The Adweek Copywriting Handbook: The Ultimate Guide to Writing Powerful Advertising and Marketing Copy from One of America's Top Copywriters, 2019.
24. Tuten, T. L., & Solomon, M. R. Social Media Marketing, 2022.
25. Trout, J., & Rivkin, S. Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer Competition, 2019.



26. Weitzman, H. Attention! This Book Will Make You Money: How to Use Attention-Getting Online Marketing to Increase Your Revenue, 2022.

