

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

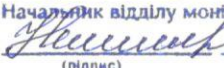

О. Б. Жильцов
« » 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Копірайтинг та спічрайтинг

для здобувачів

спеціальності	061 «Журналістика»
рівня вищої освіти	першого (бакалаврського)
освітньої програми	061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Код ЄДРПОУ 45307965
Програма № 3306/25
Начальник відділу моніторингу якості освіти

(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 20 25 р.

Київ – 2025

Розробники:

Вернигора Світлана Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Гуцол Ольга Іванівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладачі:

Вернигора Світлана Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Гуцол Ольга Іванівна, кандидат політичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 7 від «18» грудня 2024 року

Завідувач кафедри Л. М. Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю _____ 2025 року

Гарант освітньо-професійної програми М. М. Нетребя М. М. Нетребя

Робочу програму перевірено _____ 2025 р.

Заступник директора Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи В. Є. Сошинська В. Є. Сошинська

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПІБ), «__»__20__ р., протокол № _____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	Копірайтинг: <i>україномовна група</i> – українська, <i>англомовна група</i> – лекції і залік проводяться українською мовою; інші види робіт – англійською мовою. Спічрайтинг: українська;	
Загальний обсяг кредитів/годин	4 /120	
Курс	1	
Семестр	2	
Кількість змістових модулів з розподілом	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі:	120	
Аудиторні	56	
Модульний контроль	8	
Семестровий контроль	0	
Самостійна робота	56	
Форма семестрового контролю	залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – набуття здобувачами теоретичних знань та практичних навичок розробки й оформлення інформаційних матеріалів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю для досягнення максимального комунікаційного ефекту; засвоєння структури сучасного копірайтингу та спічрайтингу, їх місця в системі професійних комунікацій; оволодіння відповідним методичним інструментарієм.

Завдання дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати інтегральну компетентність: здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі журналістики, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності комунікаційної діяльності;
- розвивати загальні компетентності:
 - ЗК1. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
 - ЗК4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
 - ЗК5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

- ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.
 - ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою.
 - розвивати фахові компетентності спеціальності:
 - СК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
 - СК2. Здатність формувати інформаційний контент.
 - СК3. Здатність створювати медійний, рекламний та PR-продукт для вирішення завдань внутрішньої і зовнішньої комунікації.
- Діяльність (робота) здобувачів у Центрі сучасних комунікацій.**

За вимогами сьогодення, що ставляться до сучасної освіти, та з врахуванням особливостей професії фахівця реклами і зв'язків з громадськістю блок «Копірайтинг» передбачає розподіл здобувачів на україномовну та англomовну групи. Робоча мова вивчення блоку «Копірайтинг» україномовної групи – українська. Англomовна група вивчає «Копірайтинг» під час практичних занять, модульних контролів та самостійної роботи англійською мовою. Лекційні заняття та залік англomовної групи відбуваються з використанням української мови у зв'язку з особливостями розподілу студентів під час роботи з цими формами навчання.

3. Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», першого (бакалаврського) рівня вищої освіти:

- РН 1. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.
- РН 4. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
- РН 5. Використовувати сучасні інформаційні й комунікативні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.
- РН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
- РН 12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.
- РН 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційних продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук.
- РН 14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- РН 15. Створювати грамотний медійний, рекламний та PR-продукт з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.

По завершенню вивчення дисципліни здобувач повинен:

- усвідомлювати місце копірайтингу та засад діяльності копірайтера в системі професійної діяльності фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю;
- володіти базовими принципами та технологіями копірайтингу в

- рекламному та PR середовищах;
- знати правила креативних технологій;
 - створювати кваліфіковані рекламні та PR тексти;
 - розуміти основні засоби здійснення впливу на аудиторію за допомогою тексту;
 - використати знань з дисципліни на практиці;
 - володіти прийомами самоорганізації, морально-етичного нормами в сфері реклами та зв'язків з громадськістю;
 - знати категорійно-поняттєвий апарат спічрайтингу;
 - знати стратегії та загальні тенденції формування та розвитку спічрайтингу у світі;
 - володіти інструментарієм написання та оформлення ефективного спічрайтерського тексту;
 - критично оцінювати і розв'язувати суспільно важливі проблеми під час підготовки спічрайтерського тексту.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Модульного контролю	Самостійної роботи	Підсумкового контролю
Модуль I ОСНОВИ КОПІРАЙТИНГУ									
1.1	Копірайтинг: основні поняття та сутність	14	6	4	2			8	
1.2	Принципи та правила копірайтингу	14	6	4	2			8	
	Модульна контрольна робота № 1	2					2		
	Разом за модулем I	30	12	8	4		2	16	
Модуль II ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНИХ ТА PR ТЕКСТІВ									
2.1	Психологія сприйняття рекламного та PR текстів	14	8	2	6			6	
2.2	Створення рекламних та PR текстів для різних видів медіа	14	8	2	6			6	

	Модульна контрольна робота № 2	2					2		
	Разом за модулем II	30	16	4	12		2	12	
Модуль III СПІЧРАЙТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ІСТОРІЯ									
3.1	Спічрайтинг: поняття та розвиток науки	16	8	2	4			8	
3.2	Підготовчий етап роботи спічрайтера	12	6	4	4			6	
	Модульна контрольна робота № 3	2					2		
	Разом за модулем III	30	14	6	8		2	14	
Модуль IV ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ТЕКСТІВ ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ									
4.1	Доводка тексту промови під особу оратора	12	6	4	4			6	
4.2	Жанри публічних промов та особливості їх композиції	16	8	2	4			8	
	Модульна контрольна робота № 4	2					2		
	Разом за модулем IV	30	14	6	8		2	14	
	Разом за навчальним планом	120	56	24	32		8	56	

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль I ОСНОВИ КОПІРАЙТИНГУ

Тема 1. Копірайтинг: основні поняття та сутність

Поняття копірайтинг. Функції копірайтингу. Мета копірайтингу. Завдання копірайтингу. Види копірайтингу: рекламний копірайтинг, веб-копірайтинг, переклад та рерайтинг. Особливості копірайтингу у видавничій сфері. Поняття копірайтера. Обов'язки копірайтера. Вимоги до копірайтера. Мета копірайтера. Завдання копірайтера. Видатні копірайтери. Історія розвитку копірайтингу. Становлення копірайтингу як діяльності.

Тема 2. Принципи та правила копірайтингу

Принципи побудови рекламної та PR стратегій. Етапи розробки рекламної та PR стратегій. Особливості створення рекламного брифу. Основні елементи брифу. Правила копірайтингу видатних копірайтерів. Відбір цільової групи. Ознаки сегментації. Стилi життя цільової аудиторії. Вибір цілей реклами та PR. Вибір ознаки товару як об'єкта рекламування. Основні складові рекламного тексту. Розробка слогану. AIDA – основа рекламного тексту. Інструменти привернення уваги до тексту. Методи зацікавлення цільової аудиторії рекламним текстом. Створення споживчого бажання за допомогою рекламного тексту. Спонування цільової аудиторії до дії за допомогою рекламного тексту.

Модуль II

ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНИХ ТА PR ТЕКСТІВ

Тема 3. Психологія сприйняття рекламного та PR текстів

Психологія сприйняття рекламного звернення цільовою аудиторією. Піраміда Маслоу. Взаємозв'язок потреби та мотиву в рекламному тексті. Раціональні мотиви. Емоційні мотиви. Моральні мотиви. Вибір мотивів. Грамотність та нормативність копірайтингу в Україні. Сутність креативу як творчого процесу розробки рекламного та PR звернення. Способи генерації нових ідей у рекламному та PR зверненнях. Лексика як інструмент рекламних та PR-текстів. Маркована лексика. Антоніми. Синоніми. Метафора. Алюзія. Персоніфікація. Гіпербола. Літота. Градація. Іронія. Каламбур. Оксюморон. Порівняння. Епітет. Анафора та епіфора. Антитеза. Градація. Хіазм. Синтаксичні формули та їх роль у копірайтингу. Синтаксична контамінація. Парцеляція та членування. Компресія на рівні словотворення у рекламному тексті. Кліше або «ударні слова». Спонукальні слова. Емоційна лексика, інвективи, розмовні вислови у рекламних текстах.

Тема 4. Створення рекламних та PR текстів для різних видів медіа

Створення рекламних та PR матеріалів для медіа. Особливості написання рекламних та PR-текстів залежно від каналу поширення інформації. Переваги та недоліки видів медіа для поширення рекламних та PR-текстів. Особливості написання рекламних та PR-текстів для друкованих видань, телевізійної трансляції, радіомовлення. Значення рекламного сценарію в копірайтингу. Рекламні та PR-тексти в інтернет-середовищі: пошукові вимоги до змісту текстів у інтернеті; види PR-текстів у просторі інтернет.

Модуль III

СПІЧРАЙТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ІСТОРІЯ

Тема 5. Спічрайтинг: поняття та розвиток науки

Основні поняття спічрайтингу. Завдання курсу «Спічрайтинг». Сутність етно-специфіки риторичного ідеалу. Сутність історичної динамічності риторичного ідеалу. Поняття спічрайтингу. Зародження і розвиток науки, зв'язок із риторикою, давньогрецькі філософи і мислителі про виступи. Відомі спічрайтери в історії і сучасності: їх поради до підготовки текстів для виступів. Функції та основні завдання спічрайтера. Підготовка спічрайтера. Необхідні вміння та навички спічрайтера. Можливості використання традицій класичної риторики в сучасності в діяльності спічрайтера. Етичні засади діяльності спічрайтера і оратора. Місце спічрайтера в PR-групі. Публічні виступи і спічрайтинг. Складності професії. Функції та основні завдання спічрайтера. Підготовка спічрайтера. Необхідні вміння та навички спічрайтера. Поняття „політичний спічрайтинг”. Можливості використання традицій класичної риторики в сучасності в діяльності спічрайтера. Етичні засади діяльності спічрайтера і оратора. Місце спічрайтера в PR-групі.

Тема 6. Підготовчий етап роботи спічрайтера

Публічні виступи і спічрайтинг. Складності професії. Ефективність усного мовлення. Основні труднощі публічного виступу. Загальні вимоги до публічного

виступу. Правила підготовки до публічного виступу. Публічний виступ як системне явище. Модель публічної комунікації. Закони риторики як основа успішної риторичної діяльності: концептуальний, моделювання аудиторії, стратегічний, тактичний, мовленнєвий, ефективної комунікації, системно-аналітичний.

Модуль IV

ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ

ЕФЕКТИВНИХ ТЕКСТІВ ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ

Тема 7. Доводка тексту промови під особу оратора

Простота викладу. Конкретика змісту. Риторичні фігури. Виразність. Закони риторики на підготовчому етапі. Специфіка підготовки початку і вступу промови. Специфіка підготовки основної частини промови. Стратегії доведення. Специфіка підготовки висновків та закінчення. Способи досягнення промовцем позитивного ставлення до себе. Прийоми боротьби з хвилюванням під час публічного виступу. Взаємодія оратора і слухача: вербальний рівень. Мовчання. Слухання. Ювілейні промови, виступи перед електоратом, святкові промови, тости, звіти про діяльність, виступи-експромти. Діловий спічрайтинг, специфіка виголошення ділових промов.. Риторичне аспекти вивчення тексту: ефективна виразність. Загально текстові ефекти (ефект обманутого очікування, ефект напруги, ефект конвергенції).

Тема 8. Жанри публічних промов та особливості їх композиції

Теми публічного спілкування. Способи налагодження контактів зі співрозмовниками. Прийоми підвищення точності висловлювання. Монолог і його використання в публічному спілкуванні. Діалог і його використання в публічному спілкуванні. Полілог і його використання в публічному спілкуванні. Монолог з елементами діалогізації і його використання в публічному спілкуванні. Поняття інформативності тексту. Поняття напруженого і ненапруженого тексту публічної промови. Напруженість лексична і напруженість композиційно-синтаксична. Зняття напруженості. Аналіз текстів з неявній комунікативною функцією висловлювання, прийоми маніпуляції. Проблеми типологізації тексту публічного виступу. За категорією автора: авторські та колегіальні. За формою створення і формою відтворення: одномірні і багатовимірні. Каналом поширення як тексти друкованих медіа, тексти радіо, телебачення, інтернет-тексти.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів

Вид діяльності здобувача	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	4	4	2	2	3	3	3	3
Відвідування на практичному занятті	1	2	2	6	6	4	4	4	4
Робота на практичному занятті	10	2	20	6	60	4	40	4	40
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>	368		61		103		82		82
Максимальна кількість балів	328								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $328:100=3,28$ Здобувач набрав: 312 балів, оцінка: $312 : 3,28 = 95$ балів (А)								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль I. Основи копірайтингу

1. Обрати одну із рекламних кампаній, надати посилання на електронний ресурс.
2. Проаналізувати основні тексти даної рекламної кампанії з відповідною аргументацією.

Модуль II. Технології створення рекламних та PR текстів

1. Обрати проведену PR-кампанію будь-якого підприємства, організації, закладу тощо, надати посилання на електронний ресурс.
2. Проаналізувати основні її тексти з відповідною аргументацією.

Примітка. Мова виконання самостійної роботи з блоку "Копірайтинг" для україномовної групи – українська, для англomовної – англійська.

Модуль III. Спічрайтинг: сутність та історія.

1. Складіть текст новорічного привітання, призначеного для виголошення в одній із запропонованих аудиторій: дітей віком до 7 років; студентів; пенсіонерів; військових.

2. Публічна імпровізація як проблема політичного і ділового спічрайтингу. Завдання: На основі вивчення матеріалів і літератури, розробити рекомендації до імпровізаційної промови.
3. Ви – пресекретар голови міської ради (оберіть замовника самостійно) і сьогодні він дає інтерв'ю на телебаченні з приводу розбудови міста / участі в міжнародних проектах... Вивчіть свого замовника і підготуйте йому промову.
4. Ви – спічрайтер голови благодійної організації (якої - оберіть самостійно). Підготуйте її голові публічну промову. Мета – збір коштів для певної мети (мету також оберіть самостійно).

Модуль IV. Технології створення ефективних текстів публічних виступів

1. Політичний спічрайтинг в міжнародних відносинах. Дипломатичне красномовство. Завдання: Розкрийте специфіку політичного спічрайтингу в міжнародних відносинах.
2. Діловий і юридичний спічрайтинг: особливості і секрети успіху. Завдання: Розкрийте специфіку ділового спічрайтингу.
3. Проаналізуйте працю Романюк Р. «П'ять промов, які змінили Україну». - <https://www.pravda.com.ua/articles/2016/04/8/7104810/> і напишіть рефлексію.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими критеріями:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3.Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. *Форми* модульного контролю передбачають вирішення творчих та ситуативних завдань, самостійне створення документів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Виконання модульних контрольних робіт з блоку "Копірайтинг" здійснюється у вигляді реалізації власних проєктів.

Мова виконання модульних контрольних робіт з блоку "Копірайтинг" для україномовної групи – українська, для англomовної – англійська.

Виконання **модульної контрольної роботи 1** з блоку "Копірайтинг":

Завдання: Запропонувати власний бренд. Визначити його цільову аудиторію,

конкурентів, УТП, місце на ринку, канали поширення. Розробити йому рекламну або PR-стратегію.

Модульна контрольна робота 2

Завдання: Відповідно до запропонованої раніше рекламної або PR-стратегії для власного бренду створити рекламні або PR-матеріали для розміщення на телебаченні, радіо, друкованих виданнях, інтернеті.

Виконання **модульної контрольної роботи 3** з блоку "Спічрайтинг" здійснюється у вигляді тестування, а **модульної контрольної роботи 4** – у форматі підготовки двох текстів за двома варіантами з вказаними ЦА, замовниками.

Критерії оцінювання:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння наводити приклади з практики спічрайтингу та копірайтингу, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
- 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
- 6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- 7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань однієї модульної роботи оцінюється максимально 25 балами.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумком вивчення дисципліни «Копірайтинг та спічрайтинг» є залік. Максимальний бал, який студент може отримати протягом семестру з дисципліни – 100.

Навчальні досягнення студентів з дисципліни «Копірайтинг та спічрайтинг» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок. Підсумковий бал за залік з дисципліни «Копірайтинг та спічрайтинг» студент отримує за виконання всіх завдань протягом вивчення курсу (відвідування лекцій, виконання практичних, самостійних та модульних контрольних робіт).

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види й терміни контролю, а також систему рейтингових балів для різних видів контролю.

6.4. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. Рекомендовані джерела

Основні (базові):

1. Андерсон Кріс. Успішні виступи на TED: Рецепти найкращих спікерів ; пер. О. Асташевої. Київ : Наш формат, 2016. 256 с.
2. Борг Дж. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування ; пер. Н.Лазаревич. Харків : Фабула, 2019. 304 с.
3. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг 2.0. 150+ засобів впливу за допомогою тексту. Харків : Фабула, 2023. 400 с.
4. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Харків : Фабула, 2019. 352 с.
5. Костюченко І. Копірайтинг в алгоритмах. Київ : Агенція «ІРІО», 2021. 128 с.
6. Лівін М. Сторітелінг для очей, вух і серця. Київ : Наш формат, 2023. 184 с.
7. Масютіна М. Дебати. Організація і проведення. Київ : Шільний світ, 2019. 144 с.
8. Ораторське мистецтво: навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. юрид. спец. Видання друге; Н.П. Осипова, В.Д. Воднік, Г.П. Клімова та ін. За ред. професора Н.П. Осипової. Харків : Одиссей, 2006. 144 с.
9. Падалка С. В очікуванні копірайтера. Київ : Rabulum, 2018. 160 с.
10. Паркер П. Мистецтво збиратися разом ; пер. О. Гамурарь. Харків : Vivat, 2020. 288 с.
11. Смерека В. Ой, копірайтинг! Харків : ВД «ПРОМЕТЕЙ», 2023. 192 с.
12. Степура А. WOW-виступ по-українськи. Ноу-хау сучасного оратора. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 304 с.

Додаткові:

1. Борг Д. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування. Київ : Фабула, 2019. 304 с.
2. Громова Н. М. Professional reading and vocabulary: advertising and public relations: навч. посіб. для студ. ВНЗ. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2018. 179 с.
3. Куліш А.П. Практика PR по-українськи. Київ : 2005. 336 с.
4. Кушнір Р. О. ВЕЛИКИЙ ОРАТОР, або як говорити так, щоб Вам аплодували стоячи. Дрогобич : Коло, 2013. 258 с.
5. Сидоренко О., Сидоренко Н. Зв'язки з громадськістю: Як їх встановлювати і підтримувати : навч.-метод. посібник для працівників органів місцевого самоврядування і громадських організацій. Київ : Центр інновацій та розвитку,

1998. 99 с.

6. Трухімович С. В. Реклама: конспекти копірайтера : практ. посіб. Київ : Києво-Могилянська академія, 2016. 145 с.
7. Чалдині Р. Психологія впливу ; пер. М. Скоробогатов. Харків : «Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2017. 352 с.
8. Sissors, J. Z., Baron, R.B. Advertising Media Planning. 2010. 481 p.

Додаткові електронні ресурси:

1. БараБука. 10 правил книжкового маркетингу від Дани Павличко. BaraBooka Київ: ТОВ «BaraBooka», 2014. URL: <http://www.barabooka.com.ua/10-pravil-knizhkovogo-marketingu-vid-danipavlichko/> (дата звернення: 01.12.2024).
2. Bazilik media : кейси, історії, конспекти лекцій / «Bazilik». Київ, 2019. URL: <https://bazilik.media/> (дата звернення: 01.12.2024).
3. CASES Media : місце спілкування професіоналів: кат. компаній та фахівців, кейс-стаді, авторські статті, афіша подій та новини зі світу креативних індустрій / «CASES». Київ, 2020. URL: <https://cases.media> (дата звернення: 01.12.2024).
4. Creativity.ua : медіа про креативні індустрії України та світу: досліджуємо креативний процес : від пошуку інсайту до реалізації ідеї / «Creativity.ua». Київ, 2020. URL: <https://creativity.ua> (дата звернення: 01.12.2024).
5. MMR – Marketing Media Review: маркетинг, реклама, підприємництво ідеї / «MMR». Київ, 2020. URL: <https://mmr.ua> (дата звернення: 01.12.2024).
6. Почепцов Г. Спічрайтер і його робота. URL: <http://http://osvita.mediasapiens.ua/material/4079> (дата звернення: 01.12.2024).
7. Про рекламу : Закон України. Відом. Верхов. Ради України. 1996. № 39. Ст. 181. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 01.12.2024).
8. Спічрайтинг як технологія політ консалтингу. URL: <http://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/123858>

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА З ДИСЦИПЛІНИ

«Копірайтинг та спічрайтинг»

Разом: 120 год., з них лекційних – 24 год., практичні заняття – 32 год.,
модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 56 год., підсумковий контроль – залік.

Модулі	Модуль I	
Назва модуля	Основи копірайтингу	
Кількість балів за модуль	61 бал	
Теми лекцій	<i>Копірайтинг: основні поняття та сутність – 2б.</i>	<i>Підготовчий етап роботи спічрайтера – 2б.</i>
Теми практичних занять	Цільова аудиторія рекламних та PR-текстів – 10 + 1б.	Аналіз рекламних текстів на дотримання принципів і правил копірайтингу – 10 + 1б.
Самостійна робота	5 балів x 2 = 10 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	
Модулі	Модуль II	
Назва модуля	Технології створення рекламних та PR текстів	
Кількість балів за модуль	103 бали	
Теми лекцій	<i>Психологія сприйняття рекламного та PR текстів – 1б.</i>	<i>Створення рекламних та PR текстів для різних видів медіа – 1б.</i>
Теми практичних занять	Аналіз рекламних та PR матеріалів на мотиви та лексику – 10 + 1б.	Аналіз рекламних та PR текстів різних видів медіа – 10 + 1б.
	Створення слогана – 10 + 1б.	Написання рекламних текстів на дотримання принципів і правил копірайтингу – 10 + 1б.
	Написання рекламних та PR матеріалів з врахуванням мотивів та спеціальної лексики – 10 + 1б.	Створення рекламних та PR текстів для різних видів медіа – 10 + 1б.
Самостійна робота	5 балів x 2 = 10 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	
Модулі	Модуль III	
Назва модуля	Спічрайтинг: сутність та історія	
Кількість балів за модуль	82 бали	
Теми лекцій	<i>Спічрайтинг: поняття та розвиток науки – 2б.</i>	<i>Підготовчий етап роботи спічрайтера – 1б.</i>
Теми практичних занять	Імпровізація – 10 + 1 б.	Аналіз публічних промов – 10 + 1 б.
	Поради щодо підготовки текстів від спічрайтерів – 10 + 1 б.	Доводка тексту промови під особу замовника – 10 + 1б.
Самостійна робота	5 балів x 2 = 10 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)	
Модулі	Модуль IV	
Назва модуля	Технології створення ефективних текстів публічних виступів	
Кількість балів за модуль	82 бали	
Теми лекцій	<i>Доводка тексту промови під особу оратора – 1б.</i>	<i>Жанри публічних промов та особливості їх композиції – 2б.</i>

Теми практичних занять	Узгодження промови публічної особи із ЦА – 10 + 1б.	Промова на контрасті, промова на повторях, промова з використанням троп та з круговою структурою – 10 + 1б.
Теми практичних занять	Підготовка тексту аргументаційної промови – 10 + 1б.	Самопрезентація через сторітелінг – 10 + 1б.
Самостійна робота	5 балів x 2 = 10 балів	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)	
Підсумковий контроль	Залік: 328 балів	