



КОПІРАЙТИНГ У РЕКЛАМІ ТА PR

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський)</i>
Галузь знань	<i>03 Гуманітарні науки</i>
Спеціальність	<i>035 Філологія</i>
Освітня програма	<i>Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська</i>
Статус дисципліни	<i>вибіркова</i>
Форма навчання	<i>заочна</i>
Рік підготовки, семестр	<i>4 курс, весняний семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кредити ЄКТС / 120 годин (12 аудиторних годин, 108 години СРС)</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>залік</i>
Розклад занять	<i>https://schedule.kpi.ua/</i>
Мова викладання	<i>українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	<i>канд. філол. наук, доц. Борбенчук Ірина Миколаївна borbenchuk.iryana@ill.kpi.ua</i>
Розміщення курсу	<i>Матеріали розміщено на сторінці викладача в Електронному кампусі та у Google Classroom</i>

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Метою освітнього компонента «Копірайтинг у рекламі та PR» є формування і вдосконалення навичок створення рекламних та PR-текстів із залученням сучасних методик, технік і технологій. Дисципліна сприяє умінню розробляти стратегію рекламного тексту, його креативну ідею; складати нейми, слогани, рекламні заголовки, основний рекламний текст; добирати засоби візуалізації рекламних звернень, розробляти дизайн рекламних і PR-матеріалів; використовувати прийоми посилення аргументації завдяки мовним засобам; створювати комерційні, презентаційні тексти для публікації.

Дисципліна спрямована на розвиток таких **загальних компетентностей**:

- Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.
- Здатність працювати в команді та автономно.
- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Програмні результати навчання. У результаті вивчення освітнього компонента «Копірайтинг у рекламі та PR» студенти зможуть:

- Знати норми літературної мови та вміти їх застосовувати у практичній діяльності.
- Знати принципи, технології і прийоми створення усних і письмових текстів різних жанрів і стилів державною та іноземною (іноземними) мовами.

- Дотримуватися морально-етичних та культурних норм, принципів академічної доброчесності та кодексу професійної етики, примножувати досягнення суспільства.

Під час навчання застосовуються методи: метод проектування професійних ситуацій, метод проєктів, мозковий штурм.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

«Копірайтинг у рекламі та PR» є вибіркоким освітнім компонентом, який за структурно-логічною схемою програми підготовки фахівця є базою для подальшого володіння студентами таких навчальних дисциплін, «Практичний курс перекладу. Курсова робота», «Навчальна (перекладацька) практика».

3. Зміст навчальної дисципліни

Форма навчання	Всього		Розподіл навчального часу та видами занять		Контрольні заходи	
	кредитів	годин	практичні	СРС	МКР	Семестрова атестація
Заочна	4	120	12	108	-	Залік

Тематичний план освітнього компонента

Розділ 1 Копірайтинг як вид професійної діяльності

Тема 1.1 Поняття «копірайтинг». Основи професії й завдання копірайтера.

Тема 1.2 Брендинг, цільова аудиторія.

Тема 1.3 Теорія неймінгу. Слоганістика.

Тема 1.4 SMM. Особливості контент маркетингу і роботи з контентом у соцмережах.

Тема 1.5 Практикум. Натхнення для розвитку копірайтера.

Розділ 2 Принципи та механізми у створенні рекламних текстів

Тема 2.1 Форми і види текстів.

Тема 2.2 Засоби сторітелінгу (сюжет, композиція тексту, розвиток конфлікту).

Тема 2.3 Виразальні засоби і прийоми психологічного впливу.

Тема 2.4 Вживання мовних штампів і кліше.

Тема 2.5 Практикум. Творчі інструменти при написанні рекламних оголошень.

Розділ 3 Особливості складання текстів великих форм

Тема 3.1 Статті, логнгріді, PR-матеріали.

Тема 3.2 Технологія написання інтерв'ю, путівників, мемуарів.

Тема 3.3 Критичні тексти про спорт, мистецтво.

Тема 3.4 Авторський стиль та інструменти його формування.

Тема 3.5 Практикум. Творчі інструменти при написанні медіатекстів.

Розділ 4 Стилїстика текстів різних типів

Тема 4.1 Роль редагування різних типів тексту.

Тема 4.2 Застосування нового українського правопису.

Тема 4.3 Літературна і «жива» мова у роботі з текстом.

Тема 4.4 Робота з гендерночутливими текстами.

Тема 4.5 Практикум. Пошуки ідей для рекламників і PR-копірайтерів.

Розділ 5 Історія копірайтингу в постатях.

Тема 5.1 Концепція «наукової реклами» Клода Хопкінса. Рекламні кампанії Альберта Ласкера, Брюса Бартона.

Тема 5.2 Креативна революція в рекламі: Лео Бернетт, Девід Огілві.

Тема 5.3 Креативна революція в рекламі: Білл Бернбах, Россер Рівз.

Тема 5.4 Інноваційні підходи в рекламі: Джордж Геллап, Чарльз Саатчі.

Тема 5.5 Розвиток реклами в незалежній Україні.

Тема 5.6 Українська реклама у XXI ст.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базова література:

1. Бикова О.М. Репортаж: історія, теорія, практика : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Міністерство культури України, Київський національний університет культури і мистецтв. Київ : Київський національний університет культури і мистецтв, 2017. 244 с.
https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000604003&local_base=KPI01
2. Джефкінс Ф. Реклама = Advertising : практичний посібник / Френк Дженкінс ; доповнення і ред. Даніела Ядіна ; пер. з 4-го англ. видання О.О. Чистякова. Київ : Знання, 2008. 565 с.
https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000324359&local_base=KPI01
3. Digital Storytelling in Higher Education [electronic resource] : International Perspectives / edited by Grete Jamissen, Pip Hardy, Yngve Nordkvelle, Heather Pleasants. // Springer eBooks - Cham : Springer International Publishing : Imprint: Palgrave Macmillan, 2017. XXXI, 399 p.
https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000622753&local_base=KPI01

Додаткова література:

1. Лівін, М. Сторітелінг для очей, вух і серця / Марк Лівін. - Київ : Наш формат, 2020. - 180 сторінок. https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000618441&local_base=KPI01
2. Digital Storytelling [electronic resource] : Form and Content / edited by Mark Dunford, Tricia Jenkins. // Springer eBooks - London : Palgrave Macmillan UK : Imprint: Palgrave Macmillan, 2017. XIII, 244 p. 14 illus.
https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000624917&local_base=KPI01

Література знаходиться у бібліотеці КПІ ім. Ігоря Сікорського, в електронному кампусі та у Google Classroom.

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

№ ПЗ	Тема	Аудиторні години	СРС
1	Розділ 1 Копірайтинг як вид професійної діяльності Тема 1.1 Поняття «копірайтинг». Основи професії й завдання копірайтера. Тема 1.2 Брендинг, цільова аудиторія. Тема 1.3 Теорія неймінгу. Слоганістика. Тема 1.4 SMM. Особливості контент маркетингу і роботи з контентом у соцмережах. Тема 1.5 Практикум. Натхнення для розвитку копірайтера.	2	16
2	Розділ 2 Принципи та механізми у створенні рекламних текстів Тема 2.1 Форми і види текстів. Тема 2.2 Засоби сторітелінгу (сюжет, композиція тексту, розвиток конфлікту). Тема 2.3 Виразальні засоби і прийоми психологічного впливу. Тема 2.4 Вживання мовних штампів і кліше.	2	18

	Тема 2.5 Практикум. Творчі інструменти при написанні рекламних оголошень.		
3	Розділ 3 Особливості складання текстів великих форм Тема 3.1 Статті, логнґриди, PR-матеріали. Тема 3.2 Технологія написання інтерв'ю, путівників, мемуарів. Тема 3.3 Критичні тексти про спорт, мистецтво. Тема 3.4 Авторський стиль та інструменти його формування. Тема 3.5 Практикум. Творчі інструменти при написанні медіатекстів.	2	16
4	Розділ 4 Стилїстика текстів різних типів Тема 4.1 Роль редагування різних типів тексту. Тема 4.2 Застосування нового українського правопису. Тема 4.3 Літературна і «жива» мова у роботі з текстом. Тема 4.4 Робота з гендерночутливими текстами. Тема 4.5 Практикум. Пошуки ідей для рекламників і PR-копірайтерів.	2	18
5	Розділ 5 Історія копірайтингу в постатях. Тема 5.1 Концепція «наукової реклами» Клода Хопкінса. Рекламні кампанії Альберта Ласкера, Брюса Бартона. Тема 5.2 Креативна революція в рекламі: Лео Бернетт, Девід Огілві. Тема 5.3 Креативна революція в рекламі: Білл Бернбах, Россер Рівз. Тема 5.4 Інноваційні підходи в рекламі: Джордж Геллап, Чарльз Саатчі. Тема 5.5 Розвиток реклами в незалежній Україні. Тема 5.6 Українська реклама у XXI ст.	2	16
6	Захист індивідуальних завдань	2	18
7	Залік		6
Всього:		12	108

6. Самостійна робота студента

Самостійна робота студента передбачає підготовку до аудиторних занять (ознайомлення з рекомендованою літературою, виконання домашніх навчальних завдань) та завдань поточного контролю. Терміни виконання завдань і форма звітності згідно з п. 7 цього силабусу.

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відвідування практичних занять, активна робота на них і виконання домашніх завдань необхідні для, розвитку практичних навичок і компетентностей та досягнення програмних результатів навчання загалом. Перед практичним заняттям здобувач вищої освіти ознайомлюється з рекомендованою літературою, наданою викладачем. Усі необхідні навчальні матеріали викладач розміщує в онлайн середовищі Google Classroom, доступ до якого мають студенти, які вивчають цей освітній компонент.

Актуальну інформацію щодо організації навчального процесу з дисципліни студенти отримують через повідомлення у групі в Viber або Електронному кампусі. Під час змішаної форми навчання заняття проходять у форматі відеоконференцій на платформі ZOOM.

Виконані домашні навчальні завдання здобувачі вищої освіти здають через Google Classroom, доступ до яких надає викладач протягом першого тижня навчання. *Термін виконання* домашнього навчального завдання – *1 тиждень з моменту отримання або згідно з інструкціями викладача*. Завдання, подані на перевірку після закінчення визначеного терміну, оцінюються в 0 балів. Якщо студент не здав завдання протягом визначеного терміну з поважної причини, яку підтверджує офіційний документ (довідка про непрацездатність, службова записка тощо), він може представити виконані завдання за графіком, узгодженим з викладачем.

Перескладання домашніх навчальних завдань з метою підвищення оцінки не передбачено. Відпрацювання пропущених без поважної причини занять за рахунок виконання додаткових навчальних завдань не передбачено.

Правила призначення заохочувальних балів. Відповідно до Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>), заохочувальні бали не входять до основної 100-бальної шкали РСО і не можуть перевищувати 10% рейтингової шкали, тобто максимальна кількість додаткових балів – 10. Для підвищення мотивації здобувачів вищої освіти займатися науково-дослідницькою роботою, їм призначають заохочувальні бали за участь у науково-практичних конференціях, семінарах, круглих столах і воркшопах за тематикою освітнього компонента (за умови публікації тез доповіді або наявності сертифікату про участь у відповідному заході). Підставою для нарахування заохочувальних балів може бути участь у перекладацьких проєктах КПІ ім. Ігоря Сікорського. Штрафні бали з освітнього компоненту не передбачені.

Академічна доброчесність. Політика та принципи академічної доброчесності визначені у розділі 3 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>) та Положенні про систему запобігання академічному плагіату (<https://osvita.kpi.ua/node/47>).

Використання інструментів штучного інтелекту. Університет підтримує раціональне експериментування з генеративними інструментами ШІ, але за умови врахування важливих аспектів використання таких інструментів, зокрема: інформаційної безпеки, конфіденційності даних, дотримання вимог авторського права та академічної доброчесності. Під час використання інструментів ШІ слід керуватися Політикою використання штучного інтелекту для академічної діяльності в КПІ ім. Ігоря Сікорського <https://osvita.kpi.ua/node/1225>.

Норми етичної поведінки. Норми етичної поведінки студентів і працівників визначені у розділі 2 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>.

Процедура оскарження результатів контрольних заходів. Студенти мають право аргументовано оскаржити результати будь-яких контрольних заходів, пояснивши з яким критерієм не погоджуються. Процедuru деталізовано в Положенні про апеляції в КПІ ім. Ігоря Сікорського.

Інклюзивне навчання. Освітній компонент може викладатися для більшості студентів з особливими освітніми потребами, окрім студентів з серйозними вадами зору, які не дозволяють виконувати завдання за допомогою персональних комп'ютерів, ноутбуків та/або інших технічних засобів. Детальніше про забезпечення інклюзивності освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського за посиланням <https://osvita.kpi.ua/node/172>.

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (РСО)

Процедура оцінювання результатів навчання за цим освітнім компонентом, форми контролю і рейтингова система оцінювання регламентовані Положенням про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>) та Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/32>).

Результати навчання з дисципліни оцінюються за РСО першого типу, тобто підсумкова оцінка здобувача формується на основі виконання всіх завдань, передбачених контрольними заходами. Оцінювання результатів навчання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Оцінювання та поточний контроль. Система оцінювання орієнтована на отримання балів за роботу на практичних заняттях, виконання завдань поточного контролю, захисту індивідуальних завдань в кінці семестру. *Рейтинг* студентів з освітнього компоненту складається з балів, отриманих за:

- 1) роботу на 4 практичних заняттях;
- 2) виконання завдань поточного контролю.

№ з/п	Контрольний захід	%	Ваговий бал	Кіл-ть	Всього
1.	Робота на практичних заняттях	20%	5	4	20
2.	Завдання поточного контролю	80%	40	2	80
	Всього				100

Основні критерії оцінювання роботи студентів

Робота на практичних заняттях.

Максимальний ваговий бал за роботу на практичному занятті – 5 балів.

Критерії оцінювання:

- «відмінно» 4,5 – 5 балів
- «добре» 3,5 – 4 бали
- «задовільно» 2,5 – 3 бал
- «незадовільно» 0 балів

Критерії оцінювання роботи студентів на практичних заняттях:

«відмінно» – високий рівень роботи на практичних заняттях (критерії: якість виконання завдань, володіння навчальним матеріалом, розв'язання задач стандартним і оригінальним способом, висловлювання креативних ідей).

«добре» – належний рівень роботи на практичному занятті (критерії: якість виконання завдань, володіння навчальним матеріалом, розв'язання задач стандартним способом, незначні помилки при обґрунтуванні власних думок).

«задовільно» – задовільний рівень роботи на практичному занятті (критерії: якість виконання завдань, фрагментарне володіння навчальним матеріалом, відсутність аналізу і обґрунтування власних думок).

Робота поточного контролю

Робота поточного контролю складається із двох видів завдань – виконання тестового завдання та захист індивідуального завдання.

Тестове завдання складається із 40 питань, де кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал.

Критерії оцінювання:

- «відмінно» 36 – 40 балів
- «добре» 30 – 35 балів
- «задовільно» 24 – 29 балів
- «незадовільно» 0 балів

Критерії оцінювання практикуму до тематичного розділу:

«відмінно» – високий рівень виконання завдання.

«добре» – належний рівень виконання завдання (1-2 незначні помилки).

«задовільно» – задовільний рівень виконання завдання (3-4 незначні помилки, 2-3 суттєві помилки).

«незадовільно» - незадовільний рівень виконання завдання.

Захист індивідуальних завдань

Максимальний ваговий бал за виконання індивідуального завдання – 40 балів.

Захист індивідуальних завдань складається з двох частин:

- перша частина – це створення рекламної концепції нового товару чи послуги (написання бренду, концепції зовнішньої реклами, позиціонування, слогану) – 20 балів.

Критерії оцінювання:

«відмінно»	18 – 20 балів
«добре»	15 – 17 балів
«задовільно»	12 – 14 балів
«незадовільно»	0 балів

- друга частина – написання тексту опису послуги й товару – 20 балів.

Критерії оцінювання:

«відмінно»	18 – 20 балів
«добре»	15 – 17 балів
«задовільно»	12 – 14 балів
«незадовільно»	0 балів

Критерії оцінювання роботи:

«відмінно» – коректне виконання завдання, що демонструє глибоке розуміння предмету вивчення й повну сформованість фахових компетентностей за відповідним освітнім компонентом, зазначених у п. 1 цього силабусу (не менше 90% потрібної інформації); студент демонструє оригінальні ідеї, цілісну концепцію, використовує художні прийоми виразності та психологічного впливу.

«добре» – виконання всіх завдань з деякими помилками та/або неточностями, які свідчать про ґрунтовне розуміння теоретичних основ дисципліни й сформованість фахових компетентностей за цим освітнім компонентом на високому рівні (не менше 75% потрібної інформації); студент демонструє вміння створювати рекламну концепцію товару чи послуги, бренд і представлені слогани створені з деякими неточностями, допустимі поодинокі помилки.

«задовільно» – неповне виконання завдань з низкою помилок та/або неточностей, при якому студент демонструє фрагментарні знання з дисципліни (не менше 60% потрібної інформації); студент має обмежені вміння створювати рекламний текст, формулювати концепцію рекламованого товару чи послуги, обмежене використання засобів художньої виразності.

«незадовільно» – завдання не виконано або виконано незадовільно, що свідчить про недостатню сформованість передбачених фахових компетентностей, знань і вмінь (менше 60% потрібної інформації); робота студента не відповідає вимогам.

Семестровий контроль у формі заліку проводиться на тижні залікової сесії. Здобувач отримує позитивну залікову оцінку за результатами його роботи протягом семестру, якщо у підсумку він набрав не менше 60 балів та виконав умови допуску до семестрового контролю.

Умовою допуску до семестрового контролю є позитивна оцінка з рубіжного контролю (≥ 20 балів).

Студент виконує залікову контрольну роботу, якщо а) він виконав умови допуску до заліку, але його підсумковий рейтинг за семестр нижчий за 60 балів; б) він хоче підвищити поточну оцінку з освітнього компонента.

Якщо здобувач виконує *залікову контрольну роботу*, його попередній рейтинг скасовується і він отримує остаточну оцінку за її результатами. Залікова контрольна робота оцінюється у *100 балів* і містить завдання за темами освітнього компонента.

Залікова контрольна робота проводиться у письмовій формі, складається з двох практичних завдань. Перше завдання передбачає виконання тесту; друге завдання – написати іміджеву статтю на запропоновану тему.

Ваговий бал за кожне із завдань – 50 балів.

Виконання першого завдання залікової роботи оцінюється за такою шкалою:

«відмінно»	45 – 50 балів
«добре»	30 – 33 бали

«задовільно» 15 – 29 балів

«незадовільно» 0 балів

Критерії оцінювання другого завдання:

«**відмінно**» – безпомилкове виконання завдань тесту. Допускаються одна чи дві помилки.

«**добре**» – повне виконання завдання та виконання завдання з незначними помилками.

«**задовільно**» – неповне виконання завдання та виконання завдання з кількома незначними помилками.

«**незадовільно**» – незадовільна відповідь, виконання менше 60% контрольного завдання.

Виконання другого завдання залікової роботи оцінюється за такою шкалою:

«відмінно» 45 – 50 балів

«добре» 30 – 33 бали

«задовільно» 15 – 29 балів

«незадовільно» 0 балів

Критерії оцінювання другого завдання:

«**відмінно**» – безпомилкове виконання завдання, аргументовано та всебічно розкрито тему із використанням теоретичних знань та практичних умінь, вирішення проблем стандартним шляхом або із використанням нетрадиційних методів і підходів.

«**добре**» – повне виконання завдання із використанням обов’язкової літератури та теоретичних знань; розв’язання проблем стандартним шляхом із допуском неточностей і незначних помилок.

«**задовільно**» – неповне виконання, робота викладена фрагментарно та не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань.

«**незадовільно**» – незадовільна відповідь, виконання менше 60% контрольного завдання.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

9.1. На залік винесено тематичний матеріал, прописаний у п. 5 цього силабусу.

9.2. Для цього освітнього компонента передбачене визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті згідно з процедурою, прописаною у Положенні про визнання в КПІ ім. Ігоря Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті (<https://osvita.kpi.ua/node/179>).

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено канд. філол. наук, доцентом кафедри ТППАМ Борбенчук І.М.

Ухвалено кафедрою ТПП АМ (протокол № 21 від 25.06.2026 р.)

Погоджено Методичною комісією факультету лінгвістики (протокол №13 від 26.06.2026 р.)

