



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ПРАКТИЧНА СТИЛІСТИКА ТА КОПІРАЙТИНГ»

(назва навчальної дисципліни)

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Спеціальність: 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма: Маркетинг Digital маркетинг

Викладач: Мунтян Ірина Володимирівна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, к.с.н.;

Факультет: Менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування

Кафедра: Маркетингу, підприємництва і торгівлі

Профайл викладача: <http://marketing.onaft.edu.ua/sklad-kafedri/>

Контактна інформація: e-mail: Irina070885@gmail.com,
тел: 096-661-60-50

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – обов'язкова

Мова викладання – українська

Навчальна дисципліна викладається для студентів денної форми навчання на 5 курсі у 2 семестрі та для студентів заочної форми навчання на 5 курсі у 2 семестрі.
Кількість кредитів – , годин – 120

Кількість кредитів ECTS- 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні
денна	34	18	24
заочна	18	8	6
Самостійна робота, годин	Денна -86		Заочна - 102

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

Розвиток сучасного суспільства, науки, промисловості, техніки зумовлює необхідність підготовки високопрофесійних кадрів, які володіють не тільки спеціальними знаннями, але також і знаннями з просування виробленого товару чи послуги на вітчизняний та світовий ринки.

Все більша конкуренція серед виробників актуалізує проблему використання рекламних технологій для успішного продажу продукту, що створюється. Однією з ефективних технологій, що дозволяють вирішувати вищезгадані завдання, є копірайтинг.

Копірайтинг - мистецтво створення рекламних текстів - затребуваний у спеціалістів як гуманітарних, так і технічних спеціальностей, оскільки будь то фірма, банк або музей, галерея, театр, необхідно не тільки повідомити про ті товари, послуги, можливості, які вони пропонують споживачеві, але зацікавити. Сучасному спеціалісту не лише на етапі випуску продукції, але вже на фазі її розробки необхідно враховувати, «бачити» всі переваги, перспективи, «плюси» товару, які можуть принести користь та задоволення при його використанні та повинні бути представлені споживачеві для успішної його продажу

Під час вивчення дисципліни студенти отримують інформацію про рекламні технології - копірайтингу, а й вчаться складати рекламні тексти. Думати з урахуванням мотивів, потреб покупця, щоб під час розробки продукції, послуги майбутній професіонал створював товар не абстрактний, а потрібний та корисний, конкурентоспроможний у рамках як українського, а й глобального ринку.

3. Мета навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Практична стилістика та копірайтинг» є набуття студентами практичних навичок створення інформаційних матеріалів у галузі реклами та зв'язків з громадськістю, опанування сучасних технологій копірайтингу. У студентів формується

розуміння специфіки роботи з текстами з урахуванням особливостей цільових аудиторій, каналів комунікації, позиціонування, мотивів споживацької поведінки.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- формування у студентів системи знань про копірайтинг у сфері реклами й зв'язків з громадськістю;
- дослідження і аналіз рекламних і PR-текстів відповідно до прави та принципів копірайтингу, особливостей цільових аудиторій, каналів комунікації, позиціонування, мотивів споживацької поведінки;
- ознайомлення зі структурою та головними складовими рекламних та PR-текстів;
- вивчення та аналіз сучасних методик, інструментів та технологій створення рекламних і PR-матеріалів;
- формування навичок написання рекламних і PR-текстів відповідно до принципів і правил копірайтингу;
- засвоєння вимог до написання рекламних і PR-текстів в залежності від цілей, завдань та жанрових особливостей;
- формування навичок написання рекламних і PR-текстів різних жанрів і типів;
- формування навичок написання рекламних і PR-матеріалів відповідно до специфіки каналу поширення інформації;
- формування навичок написання рекламних і PR-текстів для забезпечення ефективної зовнішньої і внутрішньої комунікації;
- підготовка студентів до застосування набутих знань з курсу на практиці.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- базову термінологію, що відноситься до галузі практичної стилістики та копірайтингу;
- стильову диференціацію сучасної української літературної мови, джерела й умови її існування; критерії такої диференціації;
- офіційно-діловий, науковий, розмовно-побутовий, конфесійний стилі, стиль засобів масової інформації, їх структуру, особливості та риси (стильові засоби творення, мовні й позамовні чинники добору, структуру);
- основні закони й закономірності діяльності копірайтера з підготовки публічних текстів;
- види рекламних текстів, класифікацію жанрів;
- основні характеристики та вимоги до написання текстів різних жанрів;
- закони, правила та вимоги до написання ефективного тексту;
- структуру, склад та композицію рекламного тексту;
- основні принципи актуалізації комерційного імені в рекламному тексті.

вміти:

- співвідносити отримані теоретичні знання на практиці створення рекламних імен та текстів різних жанрів;
- створювати концепцію, стратегію рекламного повідомлення;
- здійснювати вибір мовних засобів створення образності в рекламних текстах;
- складати рекламні повідомлення на замовлення з урахуванням сфери застосування і каналу передачі інформації;
- викладати свої думки в усній і письмовій формі логічно, вільно, грамотно, доступно;
- створювати, редагувати, реферувати і систематизувати всі типи текстів в сфері рекламної комунікації;
- аналізувати параметри комерційних найменувань та рекламних текстів, оцінювати рівень їх ефективності;
- використовувати знання з лінгвістики в сфері професійної рекламної діяльності;
- створювати відповідні цілям і завданням різні типи текстів в рекламній сфері, з різною тематикою, адресацією, об'ємом, в усній і письмовій формах;
- аналізувати стилістичні особливості різних форм комерційних імен та рекламних текстів;
- вміти моделювати рекламні повідомлення відповідно до концепції рекламної кампанії.

1.1. Компетентності, які може отримати здобувач вищої освіти

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Практична стилістика та копірайтинг» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг](https://nv.onaft.edu.ua/opp/075b-m2016.pdf) та освітньо-професійній програмі «Маркетинг» підготовки бакалаврів <https://nv.onaft.edu.ua/opp/075b-m2016.pdf>

Загальні компетентності:

- ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
- ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми
- ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети
- ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

- СК 3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.
- СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.
- СК 5. Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності

Програмні результати навчання:

- ПРН1. Вміти адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності
- ПРН 3. Вміти розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.
- ПРН 4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.
- ПРН 5. Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.

5. Зміст навчальної дисципліни

6. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий – диф. Залік

Нарахування балів

Інформаційні ресурси:

7. Політика навчальної дисципліни

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог ISO 9001:2015, «Кодекс академічної доброчесності Одеського національного технологічного університету» та «Положення про організацію освітнього процесу».

Викладач _____ Ірина МУНТЯН

Завідувач кафедри _____ Володимир ЛАГОДІЄНКО