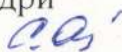


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

На засіданні кафедри
іноземної філології, українознавства
та соціально-правових дисциплін
Протокол № 1 від 28 серпня 2019 р.
Зав. кафедри



С.А. Остапенко

РОБОЧА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

«ПРАКТИКУМ З КОПРАЙТИНГУ»

(заочна форма навчання)

Кількість кредитів ECTS 3

Розробник: Ревуцька С.К.
доцент кафедри іноземної
філології, українознавства та
соціально-правових дисциплін,
канд.філ.наук

2019 – 2020 навчальний рік

Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Обов'язкова / вибіркова дисципліна	Вибіркова
Семестр	осінній
Кількість кредитів	3
Загальна кількість годин	90
Кількість модулів	2
Лекцій, годин	0
Практичні / семінарські, годин	12
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	78
Тижневих годин для денної форми навчання	
аудиторних	
самостійної роботи студента	
Вид контролю	залік

2. Програма дисципліни

Мета: набуття студентами первинних практичних навичок роботи з текстами комерційних комунікацій, а саме опанування методами, техніками і технологіями створення різножанрових текстів, ефективних у роботі копірайтера.

Завдання курсу:

ознайомлення з базовими принципами, техніками й технологіями копірайтингу;

ознайомлення з основними вимогами до написання текстів комерційних комунікацій різних жанрів;

вивчення основних прийомів слоганістики й неймінгу;

вивчення композиції тексту комерційних комунікацій, засобів її гармонізації;

підготовка студентів до використання знань з дисципліни на практиці;

формування навичок написання кваліфікованих текстів комерційних комунікацій.

Предмет: текст комерційних комунікацій.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Основні поняття та сутність копірайтингу

Тема 2. Види та специфікації копірайтингу. Неймінг та слоганістика.

Тема 3. Форми/види текстів.

Тема 4. Основні правила створення тексту.

Тема 5. Літературні прийоми і мовностилістичні засоби створення текстів.

Тема 6. Синтаксичні формули та їх роль у копірайтингу.

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі:				
		лекц.	пр./сем.	лаб.	інд.	срс
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1. Основні поняття і принципи копірайтингу						
Тема 1. Основні поняття та сутність копірайтингу	15		2			13
Тема 2. Види та специфікації копірайтингу. Наймінг та слоганістика.	15		2			13
Тема 3. Форми/види текстів.	15		2			13
Разом за змістовим модулем 1	45		6			39
Змістовий модуль 2. Прийоми та етапи створення текстів						
Тема 4. Основні правила створення тексту.	15		2			13
Тема 5. Літературні прийоми і мовностилістичні засоби створення текстів.	15		2			13
Тема 6. Синтаксичні формули та їх роль у копірайтингу.	15		2			13
Разом за змістовим модулем 2	45		6			39
Усього годин	90		12			78

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Практичне заняття Основні поняття та сутність копірайтингу	2
2	Практичне заняття Види та специфікації копірайтингу. Наймінг та слоганістика.	2
3	Практичне заняття Форми/види текстів.	2
4	Практичне заняття Основні правила створення тексту.	2
5	Практичне заняття Літературні прийоми і мовностилістичні засоби створення текстів.	2
6	Практичне заняття Синтаксичні формули та їх роль у копірайтингу.	2
	Всього	12

5. Індивідуальні завдання

1. Огляд періодичної і монографічної наукової літератури з історії копірайтингу, психології особистості, соціальної психології, культури сучасної української мови.
2. Укласти інформативно-теоретичні блоки до тем практичних занять.
3. Зібрати інформацію щодо конкретної організації з метою подальшого написання різних PR-матеріалів

4. Підготовка та укладання портфоліо копірайтера (авторські рекламні та ПР-матеріали з обраної тематики).

6. Обсяги, зміст та засоби діагностики самостійної роботи

Тема	Кількість годин сам. роботи	Зміст самостійної роботи	Засоби діагностики
Змістовий модуль 1. Основні поняття і принципи копірайтингу			
Тема 1 Основні поняття та сутність копірайтингу	13	1. Опрацювання рекомендованих літературних джерел. Джерела: 2,4,8 2. Дати розгорнуті відповіді на питання для самоконтролю 3. Виконати завдання до теми.	Фронтальне та індивідуальне опитування, участь у дискусії
Тема 2. Види та специфікації копірайтингу. Наймінг та слоганістика.	13	1. Опрацювання рекомендованих літературних джерел. Джерела: 2,4,6-9 ; доп.:4,6,9,10; 2. Дати розгорнуті відповіді на питання для самоконтролю 3. Виконати завдання до теми.	Фронтальне та індивідуальне опитування; заслуховування та обговорення наймінів і слоганів; дискусія
Тема 3. Форми/види текстів.	13	1. Опрацювання рекомендованих літературних джерел. Джерела: 2,4,6-9 ; доп.: 4,6,9,10; 2. Дати розгорнуті відповіді на питання для самоконтролю. 3. Виконати завдання до теми.	Фронтальне та індивідуальне опитування; аналіз і оцінювання виконання завдань
Разом змістовий модуль 1	39		
Змістовий модуль 2. Прийоми та етапи створення текстів			
Тема 4. Основні правила створення тексту.	13	1. Опрацювання рекомендованих літературних джерел. Джерела: 1-4, 7-9; доп.: 2, 6, 8, 9; 2. Дати розгорнуті відповіді на питання для самокон-тролю. 3. Виконати завдання до теми.	Фронтальне та індивідуальне опитування; заслуховування та аналіз структурних елементів комерційних текстів
Тема 5. Літературні прийоми і мовностилістичні засоби створення текстів.	13	1. Опрацювання рекомендованих літературних джерел. Джерела: 1-4, 7-9; доп.: 2, 6, 8, 9; 2. Дати розгорнуті відповіді на питання для самокон-тролю. 3. Виконати завдання до теми.	Фронтальне та індивідуальне опитування; аналіз і оцінювання виконаних завдань
Тема 6. Синтаксичні формули та їх роль у копірайтингу.	13	1. Опрацювання рекомендованої літератури. Джерела: 1-4, 7-9; доп.: 2, 6, 8-11; 2. Дати розгорнуті відповіді на питання для самоконтролю.	Фронтальне та індивідуальне опитування; аналіз і оцінювання

		3.Виконати завдання до теми.	виконаних завдань
Разом змістовий модуль 2	39		
Разом	78		

7. Результати навчання

1	Знання базових принципів, техніками й технологій копірайтингу
2	Знання основних вимог до написання текстів комерційних комунікацій різних жанрів
3	Знання основних прийомів слоганістики й неймінгу
4	Уміння і навички створення слоганів й неймів
5	Навички написання кваліфікованих текстів комерційних комунікацій.
6	Уміння і навички щодо композиції тексту комерційних комунікацій, засобів її гармонізації

8. Розподіл балів, які отримують студенти

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються:

Оцінювання протягом семестру: 100 балів – залік,

Поточне тестування та самостійна робота			Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	100
31	42	27	

Шкала оцінювання: національна та ECTS

100-бальна шкала	Шкала ECTS	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	

9. Методичне забезпечення

Електронний примірник методичних вказівок з вивчення дисципліни, комплекти індивідуальних завдань, навчальна та наукова література, нормативні документи.

10. Рекомендована література

Основна

1. Бердышев С. Рекламный текст. Методика составления и оформления. – М. : Дашков и Ко, 2008. 252 с.
2. Бернадская Ю. С. Копирайтинг. Омск : Издательство ОмГТУ, 2003. 136с.
3. Брукс П. Копирайтинг: как написать рекламу, которая будет продавать. М. : Бератор Паблицинг, 2005. 128с.
4. Валладарес Дж. Ремесло копирайтинга / пер. с англ. под ред. С. Жильцова. СПб. : Питер, 2005. 272 с.
5. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. К. : Знання; КОО, 2001. 456 с.
6. Иванова К. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. СПб. : Питер, 2005. 144 с.
7. Иванова К. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. СПб. : Питер, 2005. 144 с.
8. Слободянюк Э. Настольная книга копирайтера. М. : Вершина, 2008. 256 с.
9. Шугерман Д. Искусство создания рекламных посланий. Справочник выдающегося американского копирайтера. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 400 с.

Допоміжна

1. Викентьев И. Приемы рекламы и Public Relations. Программы – консультанты. М. : Бизнес-пресса, 2007. 380с.
2. Виноградова О., Коваленко Є. Функціонування конструкцій експресивного синтаксису в рекламних текстах. *Лінгвістичні студії: Зб. наук. праць*. Вип.14. Донецьк : ДонНУ. Вип. 14. 2006. С.126-131.
3. Витале Дж. Гипнотические рекламные тексты: как искушать и убеждать клиентов одними словами. М. : Эксмо, 2008.
4. Геттинс Д. Секреты создания рекламных материалов, или неписаные правила копирайтинга / пер. с англ. А.Строкова. М. : Аст, Астрель, 2007. 186 с.
5. Иванченко Р. Текст у рекламі. *Друкарство*. 2001. № 4. С. 24-25.
6. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. М. : Изд-во Эксмо, 2005. 368 с.
7. Имшинецкая И. Жанры печатной рекламы, или Сундук с идеями для копирайтера. М. : РИП-Холдинг, 2002. 130 с.
8. Иванченко Р. Текст у рекламі. *Друкарство*. 2001. № 4. С. 24-25.
9. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации. М. : Изд-во Эксмо, 2005. 368 с.
10. Мокшанцев Р. Шишкина Психология рекламы. М. : Инфра-М, Новосибирск : Сибирское соглашение, 2000. – 230 с.
11. М'яснянкiна Л. Функції експресивних синтаксичних конструкцій у рекламному тексті. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 2012. Випуск 36. С.400–407.
12. Орлов В. Суперзаголовок. М. : Consillieri, 2005. 36 с.
13. Сердобинцева Е. Структура и язык рекламного текста. М. : Флинта : Наука, 2010. 160 с.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Зав. кафедри

_____ С. А. Остапенко

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН З ДИСЦИПЛІНИ

№	Назва змістового модулю	Кількість годин за видами занять та період вивчення дисципліни						Дата поточного контролю
		Лекції		Практичні		Самостійна робота		
		год.	дата	год.	дата	год.	дата	
1	Змістовий модуль 1. Основні поняття і принципи копірайтингу			6	жовтень 2019	39	листопад 2019	28.11.2019 р.
3	Змістовий модуль 2. Прийоми та етапи створення текстів			6	жовтень 2019	39	грудень-січень 2020	10.01.2020 р.
4	Індивідуальне завдання							10.01.2020 р.