

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет філології та журналістики
Кафедра соціальних комунікацій

КОРОТКИЙ КУРС КОПІРАЙТИНГУ

СИЛАБУС

вибіркового освітнього компонента

підготовки здобувачів освіти другого (магістерського) рівня
спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійної програми Журналістика і соціальні комунікації

Луцьк
2022

Силабус освітнього компонента «Короткий курс копірайтингу» підготовки здобувачів освіти другого (магістерського) рівня, галузі знань 06 Журналістика, спеціальності 061 Журналістика, за освітньо-професійною програмою Журналістика і соціальні комунікації.
08 вересня 2022 року

Розробник:

Кошелюк Олена Василівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій.

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми



проф. С.І. Кравченко

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри соціальних комунікацій протокол № 2 від 08 вересня 2022 р.

Завідувач кафедри:



доц. Кошелюк О. В.

I. Опис освітнього компонента

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	Галузь знань 06 «Журналістика» спеціальність 061 «Журналістика» Освітня програма «Журналістика і соціальні комунікації» Освітній ступінь магістр	Вибірковий
Кількість годин/кредитів 120/4		Рік навчання 1
		Семестр 2-ий
ІНДЗ: немає		Лекції 10 год.
		Практичні (семінарські) 14 год.
		Самостійна робота 88 год.
	Консультації 8 год.	
	Форма контролю: залік	
Мова навчання		українська

II. Інформація про викладача

Кошелюк Олена Василівна: к.філол.н, доцент кафедри соціальних комунікацій, vnu_vsr@ukr.net

Дні занять (розклад за посиланням): <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу

Силабус освітнього компонента складено відповідно до освітньо-професійної програми «Журналістика і соціальні комунікації» підготовки здобувачів освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 06 Журналістика спеціальності 061 Журналістика.

«Короткий курс копірайтингу» покликаний інтегрувати знання до практичного застосування, зокрема створення та просування рекламних медіапродуктів із використанням можливостей різних платформ.

2. Пререквізити/ Постреквізити

Передбачається наявність результатів навчання, здобутих у процесі засвоєння курсів професійного спрямування, зокрема «Реклама та зв'язки з громадськістю в медіадискурсі», інших базових журналістських та редакторських курсів бакалаврської програми.

3. Мета і завдання освітнього компонента

Успішний запуск власних проєктів (в тому числі бізнес-ідей у сфері медіа) залежить від рекламного просування, тому вивчення курсу копірайтингу допоможе вдало спланувати і активувати рекламну кампанію. Створювати рекламні тексти, працювати з рекламними фото, макетами, сценаріями реклам, запускати рекламну кампанію, просувати її.

4. Результати навчання

Компетентності:

ІК Здатність розв'язувати складні завдання і вирішувати складні проблеми у галузі журналістики і соціальних комунікацій, проводити дослідження та запроваджувати інновації у невизначених умовах і вимогах у сфері медіа, володіти інформаційно-комунікаційними технологіями для здійснення практичної професійної діяльності.

ЗК01. Здатність до абстрактного та критичного мислення, аналізу проблем і ситуацій, аналізу та синтезу інформації

ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї та нестандартні рішення і використовувати їх для креативного вирішення проблем і виконання завдань.

ЗК08. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, вміння співпрацювати у колективі для вирішення колективних завдань.

СК02. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності із врахуванням

знань із різних сфер суспільного життя, створювати інформаційний контент у різних тематичних напрямках і для різних видів медіа, здійснювати моніторинг медіа.

СК03. Здатність виконувати складні журналістські завдання і вирішувати складні суспільно-комунікативні проблеми у нестандартних умовах і непередбачуваних ситуаціях, володіти навичками журналістської роботи в екстремальних ситуаціях, в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог.

СК04. Здатність працювати із різними джерелами інформації, мати глибокі знання з різних сфер суспільного життя, постійно поглиблювати знання зі сфери журналістської спеціалізації, проводити аналітичну та/або інноваційну діяльність у галузі соціальних комунікацій (реклама, зв'язки з громадськістю, публічна комунікація та ін.).

СК05. Здатність оперативно збирати інформацію, використовуючи різноманітні комунікативні навички, відокремлювати факти від коментарів, перевіряти інформацію, зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки, вміло й професійно поєднувати різні форми передачі контенту з використанням сучасних інформаційних технологій

Програмні результати навчання:

ПР01. Використовуючи набуті знання, аналізувати комунікативні ситуації та оцінювати (передбачувати) їх результати.

ПР03. Вміти відстоювати власну професійну позицію, критично оцінювати свій журналістський матеріал та медіапродукт своїх колег, спираючись на правові та етичні норми і професійні стандарти.

ПР11. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей, опановувати інноваційні методи роботи.

ПР12. Здійснювати пошук необхідних знань для планування журналістських матеріалів для різних соціальних груп населення.

ПР13. Проводити опитування аудиторії в умовах виробничої діяльності, прогнозувати реакцію соціуму на суспільні проблеми та медійні продукти.

ПР14. Створювати власні матеріали в умовах професійної діяльності і у відповідності до потреб різних видів медіа.

Soft skills: вміння критично мислити; вміння працювати в команді; ініціативність; вміння прогнозувати, гнучкість, швидка адаптація до змін; здатність керувати своїм часом, розуміння важливості дедлайнів; стресостійкість та ін.

5. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лекц.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	Бали
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1. Копірайтинг: основні поняття						
Тема 1. Зміст і завдання курсу. Основні види копірайтингу (іміджевий, креативний, комерційний, інформаційний, прямого відгуку, LSI) та професія копірайтера	16	2	2	12	-	14
Тема 2. SEO-копірайтинг: текст, семантичне ядро, ключові слова. SEO-текстинг: особливості створення	18	2	2	12	2	14
Тема 3. Постинг в популярних соціальних медіа	16	-	2	12	2	14
Тема 4. Статті для медіа і блоги: робота над удосконаленням	14	-	2	12	-	14

Разом за змістовим модулем 1	64	4	8	48	4	56
Змістовий модуль 2. Планування та інструментарій копірайтера						
Тема 5. Контент-план для різних типів текстів і платформ	20	2	2	14	2	15
Тема 6. Інструменти роботи копірайтера: SEO-плагіни, генератори заголовків, аналітика, редакторські інструменти, системи штучного інтелекту	20	2	2	14	2	15
Тема 7. Soft skills у роботі копірайтера. Стресостійкість, кризові періоди і емоційне вигорання	16	2	2	12	-	14
Разом за змістовим модулем 2	56	6	6	40	4	44
Усього годин / балів	120	10	14	88	8	100

6. Завдання для самостійного опрацювання

Самостійна робота здобувачів освіти включає більш детальне опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу, вивчення окремих питань, що не були розглянуті в курсі лекцій, підготовку до практичних занять, яка передбачає, зокрема, виконання завдань практичного спрямування, опрацювання додаткової літератури, розв'язування задач, кейсів, перегляд рекомендованих фото-, відеоконтенту, підготовку проекту тощо. Зміст та обсяг самостійної роботи подано в таблиці.

Ефективність і результативність самостійної роботи здобувача освіти викладач виявляє на практичних заняттях, зокрема під час тематичного опитування, тестування, бесід, дискусій, обговорення проблемних завдань, презентації творчих завдань, мініпроектів, тренінгової роботи тощо, та фіксує в загальній оцінці за тему.

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Поясніть на прикладі сучасних подій / відомих політичних діячів / журналістів, як працює іміджевий копірайтинг	8
2	Проаналізуйте комерційний текст, які особливості ви побачили	8
3	Уявіть, що вам потрібно написати прес-реліз про подію, який би зацікавив якнайбільше людей.	8
4	Як за допомогою постів у мережах Фейсбук (Мета), Твіттер, Інстаграм, YouTube, Tiktok наростити аудиторію? Які ще соцмережі для цього стануть корисними?	8
5	Опишіть користь блогів або їх шкоду. Опирайтеся на сучасний кризовий період – повномасштабного вторнення (після 24 лютого 2022)	8
6	Напишіть текст для розсилки новим читачам вашого медіаресурсу	8
7	Опитайте рекламистів та копірайтерів щодо того, якими програмами вони найчастіше користуються у професійній діяльності	8
8	Переваги та недоліки генераторів заголовків	8
9	Подумайте, чи можу бути повністю автоматизоване написання SEO-текстів? Наприклад, за допомогою штучного інтелекту. Чи замінить штучний інтелект копірайтера?	8
10	Укладіть список редакторських навичок сучасного копірайтера	8
11	Стрес, емоційне вигорання копірайтера: як з ними боротися? Як заробляти більше?	8
	Разом	88

IV. Політика оцінювання

Здобувач освіти зобов'язаний відвідувати всі заняття відповідно до розкладу та вчасно виконувати навчальні завдання (зокрема винесені на самостійну роботу) згідно з індивідуальним навчальним планом та силабусом освітнього компонента. Максимальна кількість балів, яку може набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність з вибіркового освітнього компонента, становить 100 балів.

Пропущені з поважних причин заняття здобувач освіти має можливість скласти викладачеві в дні консультацій упродовж тижня після виходу на навчання.

Відповідно до пунктів 3.2 та 3.3 [«Положення про визнання результатів навчання, отриманих у формальній, неформальній та/або інформальній освіті у Волинському національному університеті імені Лесі Українки»](#) з освітнього компонента можливе зарахування окремих тем, модулів, індивідуального науково-дослідного завдання тощо.

Політика щодо академічної доброчесності. Увесь навчальний процес побудований на засадах доброчесності, справедливості, порядності, відповідальності за результати своєї діяльності, взаємодовіри та толерантності до його учасників, об'єктивності оцінювання, соціальної та гендерної рівності.

Здобувач освіти зобов'язаний самостійно виконувати завдання до практичних занять та самостійної роботи, так само індивідуальне завдання; надавати правдиву інформацію про результати своєї навчальної діяльності; вказувати джерела чужих думок у випадку їхнього використання. Жодна з форм порушення академічної доброчесності не толерується.

Відповідальність за порушення норм академічної доброчесності визначена [«Кодексом академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки»](#) та [«Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти і науково-педагогічних працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки»](#).

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Завдання, які здобувач освіти складає з порушенням дедлайнів, викладач перевіряє, але не оцінює (тобто здобути бали за такі роботи не вдасться). Терміни підсумкового контролю, ліквідації академічної заборгованості визначає розклад заліково-екзаменаційної сесії.

V. Підсумковий контроль

Формою організації підсумкового контролю знань здобувачів освіти з освітнього компонента є залік.

Відповідно до [«Положення про організацію освітнього процесу на першому \(бакалаврському\) та другому \(магістерському\) рівнях у Волинському національному університеті імені Лесі Українки»](#) та [«Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки»](#) підсумкова семестрова оцінка з освітнього компонента виставляється за результатами виконання усіх видів робіт і становить 100 балів.

VI. Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90–100	Відмінно
82–89	Дуже добре
75–81	Добре
67–74	Задовільно
60–66	Достатньо
1–59	Незадовільно

Література

1. Блинова Н. Латентне семантичне індексування (LSI) та його вплив на копірайтинг. *Communications and Communicative Technologies*. 2019.
2. Блинова Н. М., Кирилова О. В. Копірайтинг як діяльність зі створення онлайн-контенту. *Communications and Communicative Technologies*. Вип.18. 2018 С. 13-22
3. 6 порад з копірайтингу: як змусити текст працювати URL:<https://cases.media/article/6-porad-z-kopiraitingu-yak-zmusiti-tekst-pracuvati>
4. Досенко А, Погребняк І. Інтернет-журналістика. Комунікативні маркери. Навчально-методичний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 184 с.
5. Дюжева, К. Копірайтинг як симбіоз журналістики та реклами. *Образ*. 2022. 2(39). с. 89-97
6. Копірайтер – хто це і чим займається? URL: <https://lemon.school/blog/kopirajter-kto-eto-i-chem-zanimaetsya>
7. Копірайтинг українською | Марафон Креативної Практики. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZMvBDkVU2vI>
8. Кошелюк О., Благовірна Н., Рожило М. В епоху цифрових комунікацій: нові візії медіаредакторства. *Поліграфія і видавнича справа*. 2021. № 1 (81). С. 89-99
9. Кошелюк О., Благовірна Н., Рожило М. Соціальні мережі для читачів: виклики, реконструкції, світовий видавничий досвід. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. Вернадського. Серія філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71). № 4. Ч.3. С. 262-267
10. Кошелюк О., Благовірна Н. Аудіоподкасти європейських видавництв як різновид іміджевої реклами. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. Вернадського. Серія філологія. Журналістика*. 2021. Томі 32 (71) № 6
11. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко. К., 2017. 234 с.
12. Підручник із крос-медіа / вид. І. Крецу, М. Гузун, Л. Василик. Bonn / Germany — Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. 140 с.
13. Стадніченко, О. Копірайтинг і спічрайтинг. 2021.
14. Ткачук С., Стахурська С., Стахурський В. Копірайтинг соціальної реклами як інструмент соціального маркетингу: цілі та підходи. 2022. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1070>
15. Шевчук І. Копірайтинг як інструмент написання ефективних текстів. URL: <https://eba.com.ua/kopirajtyng-yak-instrument-napysannya-efektyvnyh-tekstiv/>
16. Щегельська Ю. Особливості застосування технологій доданої реальності як інструмента перетворення друкованої продукції на тривимірну в практиці промоційних комунікацій. *Поліграфія і видавнича справа*. 2019. № 1. С. 101–110. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pivs_2019_1_13