

**Білоцерківський національний аграрний університет**  
**Економічний факультет**  
**Кафедра фінансів, банківської справи та страхування**

	<p><b>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b>  <b>«КОПРАЙТИНГ»</b>  Галузь знань – 07 Управління та адміністрування  (D Бізнес, адміністрування та право)  Спеціальність – 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)  Освітня програма – Маркетинг</p>
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Компонент освітньої програми</b>	вибірковий
<b>Кількість кредитів ECTS /загальна кількість годин</b>	4 кредити /120 годин
<b>Семестр</b>	7
<b>Форма контролю</b>	залік
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Профайл викладача</b> 	<p><b>Зубченко Вікторія Володимирівна</b>  <b>Посада:</b> доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування  <b>Науковий ступінь:</b> кандидат економічних наук  <b>Робоче місце:</b> навчальний корпус № 3 (пл. Соборна, 8/1), 130 ауд. (кафедра фінансів, банківської справи та страхування).  <b>E-mail:</b> <a href="mailto:vikazubchenko@ukr.net">vikazubchenko@ukr.net</a>  <b>Зв'язок з викладачем:</b> відповідно до графіку консультацій; +380982543669</p>
<b>Опис дисципліни</b>	<p>Дисципліна передбачає надання здобувачам теоретичних і прикладних знань та формування навичок створення рекламних і маркетингових текстів, адаптації їх під цільову аудиторію та оцінки ефективності комунікацій у рекламних кампаніях.</p> <p>Студенти ознайомлюються із принципами побудови комерційних текстів, методами збору та опрацювання інформації, різними видами рекламних і промоційних матеріалів, інструментами цифрового та соціального маркетингу, а також із практичними підходами до оцінки ефективності комунікацій у рекламних кампаніях. Особлива увага приділятиметься креативному написанню рекламних текстів, застосуванню маркетингових стратегій у цифрових та соціальних медіа, адаптації комунікацій під цільову аудиторію та оцінці їх ефективності в рамках рекламних кампаній.</p>
<b>Передумови для вивчення дисципліни</b>	Вибіркова навчальна дисципліна «Копірайтинг» базується на знаннях таких дисциплін як: «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Іноземна мова (за професійним спрямуванням)»,

	«Вступ до спеціальності», «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації».
<b>Мета вивчення дисципліни</b>	Метою вивчення дисципліни «Копірайтинг» є формування у здобувачів умінь та компетенцій для володіння практичними навичками роботи з текстами комерційних комунікацій, а саме навичок збору інформації, розробки теми, написання різних видів рекламних текстів і текстів внутрішнього супроводу рекламної кампанії.
<b>Формат дисципліни</b>	<p>Для денної форми навчання дисципліна викладається у традиційному форматі (лекційні, практичні заняття) із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дистанційне навчання) можуть використовуватись платформи Moodle, ZOOM. Формат викладання дисципліни є змішаним: поєднання традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.</p> <p>Для заочної форми навчання дисципліна викладається у форматі поєднання самостійної роботи студента та сесійних занять. Основний обсяг матеріалу студенти опрацьовують самостійно за наданими методичними рекомендаціями, підручниками та електронними ресурсами. Під час навчальних сесій проводяться установчі лекції, практичні та консультаційні заняття, де розглядаються ключові теми курсу та виконуються завдання прикладного характеру. Для підтримки навчального процесу активно застосовуються електронні освітні платформи (Moodle, ZOOM тощо), що забезпечує можливість дистанційних консультацій, перевірки індивідуальних завдань.</p>
<b>Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)</b>	<p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій</p>

<p><b>Очікувані результати навчання</b></p>	<p>маркетингової діяльності.</p> <p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p>
<p><b>Структура курсу</b></p>	<p><i>Змістовий модуль 1. Основні поняття, принципи та особливості копірайтингу</i></p> <p>Тема 1.1. Текст, його види і основні вимоги до написання</p> <p>Тема 1.2. Копірайтинг як творчий процес. Методи активізації творчих ідей при створенні рекламного продукту</p> <p>Тема 1.3. Копірайтинг новин. Різновиди макетів, друкованої реклами</p> <p>Тема 1.4. Копірайтинг у політичних комунікаціях</p> <p>Тема 1.5. Копірайтинг іміджевої статті</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Редагування текстів маркетингового спрямування</i></p> <p>Тема 2.1. Структура рекламного тексту. Задачі та можливості рекламного та PR-тексту</p> <p>Тема 2.2. Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо, у різних видах друкованих видань</p> <p>Тема 2.3. Сторітелінг та сюжетна лінія. Наймінг, слоган і легенда бренду в маркетингу та комунікаціях</p> <p>Тема 2.4. Робота копірайтера з брифом</p>
<p><b>Методи навчання</b></p>	<p>Під час викладання курсу застосовуються презентації, робота в малих групах, мозкові атаки, метод проектної роботи, виконання колективних та індивідуальних завдань з розглядом сучасних рекламних і маркетингових текстів, підготовки есе та презентацій із додержанням вимог академічної доброчесності.</p>
<p><b>Політика</b></p>	<p><b>Політика щодо академічної доброчесності:</b> очікується, що письмові роботи здобувачів будуть оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p><b>Політика щодо відвідування занять:</b> очікується, що здобувачі відвідають усі лекції та практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p><b>Політика щодо дедлайнів і перескладання:</b> здобувачі мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p><b>Політика щодо виконання завдань:</b> позитивно оцінюється</p>

	<p>відповідальність, старанність, креативність.</p> <p><b>Політика оцінювання:</b> засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Moodle Білоцерківського НАУ.</p>
<p><b>Рекомендовані джерела інформації</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Основна література</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ділова українська мова: практикум / уклад.: С.В. Литвинська, Т.М. Дячук, Х.М. Стецик, Г.І. Онуфрійчук, Л.А. Добровольська. Київ: НАУ, 2022. 83 с.</li> <li>2. Каплунов Д. Бізнес-копірайтинг. Як писати тексти, щоб залучати клієнтів. Київ : Наш формат, 2024. 336 с.</li> <li>3. Костюченко І. Копірайтинг в алгоритмах. Київ: Агенція «ІРІО», 2021. 128 с.</li> <li>4. Ребрій О. В. Основи теорії редагування : конспект лекцій. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2024. 104 с.</li> <li>5. Маркетинг: навч. посібник – 2-е вид., переробл. і допов. / кер. кол. авторів і наук. ред. проф. О.М. Варченко. Біла Церква, ТОВ «Білоцерківдрук», 2024. – 840 с.</li> <li>6. Bly R. W. The Copywriter’s Handbook: A Step-by-Step Guide to Writing Copy That Sells / R. W. Bly. New York : Henry Holt and Company, 2020. 496 p.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Додаткова література</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 224 с.</li> <li>2. Зубченко В.В., Герасименко І.О., Осипенко Н.О. (2024). Маркетингові комунікації в умовах війни: виклики та напрями впливу на купівельну поведінку. <i>Економіка та суспільство</i>, (60). <a href="https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-20">https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-20</a>.</li> <li>3. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL: <a href="http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96">http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96</a>.</li> <li>4. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 № 3792-ХІІ. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993, № 47, ст. 455. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12?lang=uk/">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12?lang=uk/</a></li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Інформаційні ресурси</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Навчально-інформаційний портал БНАУ Moodle. URL: <a href="https://teach.btsau.net.ua/">https://teach.btsau.net.ua/</a></li> <li>2. Наукова бібліотека БНАУ. URL: <a href="https://library.btsau.edu.ua/">https://library.btsau.edu.ua/</a></li> <li>3. Інституційний репозитарій БНАУ: URL: <a href="https://rep.btsau.edu.ua/">https://rep.btsau.edu.ua/</a></li> </ol>