

**ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

ЗАТВЕРДЖЕНО
Протокол засідання кафедри
англійської філології
№ 1 від 28 серпня 2020 року
Завідувач кафедри

 В. А. Ущина

АНГЛОМОВНИЙ КОПРАЙТИНГ

СИЛАБУС

Рівень вищої освіти	Перший (бакалавр)
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Освітньо-професійна програма	Мова і література (англійська). Переклад
Форма навчання	Денна, заочна
Курс	III (денна, заочна)
Семестр	VI (денна, заочна)

Луцьк 2020

I. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1 (денна форма)

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	03 Гуманітарні науки 035 Філологія. Мова і література (англійська)/ Переклад. Перший (бакалавр)	Вибіркова
Кількість годин/кредитів 90 год. / 3 кредити		Рік навчання 3
		Семестр 6-ий
		Лекції 16 год.
		Практичні (семінарські) 12 год.
		Самостійна робота 62 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання	Англійська	

Таблиця 1а (заочна форма)

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Заочна форма навчання	03 Гуманітарні науки 035 Філологія. Мова і література (англійська)/ Переклад. Перший (бакалавр)	Вибіркова
Кількість годин/кредитів 90 год. / 3 кредити		Рік навчання 3
		Семестр 6-ий
		Лекції 6 год.
		Практичні (семінарські) 4 год.
		Самостійна робота 80 год.
		Форма контролю: залік
Мова навчання	Англійська	

II. Інформація про викладача

Прізвище, ім'я та по батькові	Слащук Алла Андріївна
Науковий ступінь	кандидат філологічних наук
Вчене звання	
Посада	Доцент
Контактна інформація	м.т. (097)6533959
	aslashchuk@vnu.edu.ua
Дні занять	(посилання на електронний розклад)

	Очні консультації: в день проведення лекцій / семінарських занять (за попередньою домовленістю). Усі запитання можна надсилати на електронну скриньку, зазначену в силабусі.
--	--

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу. Навчальна дисципліна «Англомовний копірайтинг» призначена для студентів 3 року денної та заочної форм навчання факультету іноземної філології. Що є рушійною силою для людини? Звичайно ж слово! Сучасні маркетологи, рекламисти, копірайтери та менеджери це знають і тому активно практикуються у майстерності писати тексти, слогани, які «заманюють» покупців прийти і купити товар. Курс «Англомовний копірайтинг» створений для того, щоб «розбудити» інтерес до писемної творчості, креативності та ідейності. Існує міф: для того, щоб створювати тексти які продаються, потрібно бути копірайтером. Останні мають свій міф: щоб написати хороший текст, потрібно бути творчим, кмітливим, вдало підбирати слова і мати свій стиль. Тут ви навчитесь бачити що писати, щоб продати. Ми розглянемо зв'язок між текстом, продажами та англійською мовою. Копірайтинг – це мистецтво написання текстів, рушійна сила торгівлі та просунення бренду. Англомовний копірайтинг – це не просто письмо, а ціла наука, яка містить низку правил які ми і будемо обговорювати.

2. Мета і завдання навчальної дисципліни. Мета полягає в формуванні та вмінні створювати, аналізувати та застосовувати креативний англомовний текст (рекламні слогани, описи брендів) за допомогою якого можна «пікапнути» покупця, розрекламувати товар та створити його привабливий опис. Для досягнення поставленої мети слід навчити студентів теоретичним та практичним основам копірайтингу; розумінню мови, граматики, пунктуації, правопису у цій сфері; створенню тексту, який пробуджує емоції, привертає увагу, перетворює складні теми на прості пояснення та має унікальний стиль та «голос».

Основні завдання:

1. *ознайомити студентів з базовими принципами та технологіями копірайтингу;*
2. *розглянути тенденції розвитку сучасного копірайтингу;*
3. *проаналізувати принципи сучасного копірайтингу у системі медіа, рекламних текстів, політичних лозунгів, іміджевих статей і т.д.*
4. *ознайомитися зі структурою, складом та побудовою рекламного тексту, а саме, з трьома складовими рекламного тексту(заголовок, основний текст, кода);*
5. *вміти підбирати цільову аудиторію та впливати на неї;*

6. навчитись коректно використовувати різноманітні мовні, граматичні засоби відповідно до комунікативних намірів;

7. продемонструвати креативне мислення, гнучкість у прийнятті рішень та застосовувати творчий підхід у створенні рекламних слоганів, заголовків, опису брендів і т.д.

3. Результати навчання (компетентності). Отримані знання не лише покращать ваші презентації, пости та мовлення, але й зможуть стати трампліном для подальшої кар'єри у сфері бізнесу. Ви зможете скористатися знаннями, отриманими завдяки цьому курсу, у найрізноманітніших сферах – від кар'єри копірайтера до маркетолога. Курс призначений для усіх – навіть тих, хто ніколи не чув про копірайтинг. Особливо корисним він стане тим, хто хоче покращити свої навички креативності та англійського письма. Ми не гарантуємо, що ви відразу опануєте це мистецтво, але, пройшовши цей курс, ви точно зрозумієте чи є у вас схильність до творення рекламних слоганів, текстів та опису брендів. Врешті, ви добре потренуетесь креативити англійською мовою і зможете досхочу обговорювати свої ідеї та «творіння». Студенти здобудуть наступні загальні та спеціальні компетентності, зокрема:

- Здатність бути критичним і самокритичним;
- Здатність учитися й оволодівати сучасними знаннями;
- Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел;
- Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми;
- Здатність працювати в команді та автономно;
- Здатність спілкуватися іноземною мовою;
- Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- ✓ Здатність вільно, гнучко й ефективно використовувати мову, що вивчається, в усній та письмовій формі, у різних жанрово-стильових різновидах і регістрах спілкування (офіційному, неофіційному, нейтральному), для розв'язання комунікативних завдань у різних сферах життя;
- ✓ Здатність вільно оперувати спеціальною термінологією для розв'язання професійних завдань;
- ✓ Усвідомлення засад і технологій створення текстів різних жанрів і стилів державною та іноземною (іноземними) мовами.

4. Структура навчальної дисципліни.

Таблиця 2 (Денна форма)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Форма контролю / Бали
Змістовий модуль 1. Основи розуміння англомовного копірайтингу					
Тема 1. Що таке копірайтинг, рерайтинг, спічрайтинг, прес-релізи, постінг, неймінг, SEOкопірайтинг. Види та специфікації копірайтингу. Цільова аудиторія.	8	2		6	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 2. Сфери застосування копірайтингу. Копірайтинг у політичних комунікаціях. Копірайтинг новин (технологія написання прес-релізу, прес-кіту). Копірайтинг іміджевої статті (брендинг). Копірайтинг реклами на TV, радіо, в різних друкованих виданнях (газети, журнали). Копірайтинг інтернет-реклами.	8	2		6	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 3. Техніки впливу на аудиторію. Мистецтво написання чудового тексту. Принцип копірайтингу. Рекламний текст	14	2	2	10	ДС + ДБ + РК / 5
Разом за модулем 1	30	6	2	22	15
Змістовий модуль 2. Мистецтво та рекламні секрети написання чудового англомовного тексту					
Тема 4. Заголовок у рекламному тексті. Види заголовків. Як створити ефектний заголовок.	12	2	2	8	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 5. Традиційна структура (композиція) рекламного тексту. Основний рекламний текст (ОРТ). Заключна фраза (коду). Найпереконливіші слова англійської мови. Слова та образи.	12	2	2	8	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 6. Граматичні особливості рекламних текстів. Редагування (editing).	12	2	2	8	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 7. Емоції в рекламі. Як знайти роботу копірайтера.	10	2	2	6	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 8. Креативна складова копірайтингу. У пошуках	14	2	2	10	ДС + ДБ + РК / 5

ідеї. Як знайти натхнення? Психологічні тригери.					
Разом за модулем 2	60	10	10	40	25
				Види підсумкових робіт	Бал
				Модульна контрольна робота 1	Т / 30
				Модульна контрольна робота 2	Т / 30
Усього	90	16	12	62	

Таблиця 2а (Заочна форма)

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Форма контролю / Бали
Змістовий модуль 1. Основи розуміння англомовного копірайтингу					
Тема 1. Що таке копірайтинг, рерайтинг, спічрайтинг, прес-релізи, постінг, неймінг, SEOкопірайтинг. Види та специфікації копірайтингу. Цільова аудиторія.	12	2		10	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 2. Сфери застосування копірайтингу. Копірайтинг у політичних комунікаціях. Копірайтинг новин (технологія написання прес-релізу, прес-кіту). Копірайтинг іміджевої статті (брендинг). Копірайтинг реклами на TV, радіо, в різних друкованих виданнях (газети, журнали). Копірайтинг інтернет-реклами.	10			10	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 3. Техніки впливу на аудиторію. Мистецтво написання чудового тексту. Принцип копірайтингу. Рекламний текст	16	2		14	ДС + ДБ + РК / 5
Разом за модулем 1	38	4		34	15
Змістовий модуль 2. Мистецтво та рекламні секрети написання чудового англомовного тексту					
Тема 4. Заголовок у рекламному тексті. Види заголовків. Як створити ефектний заголовок.	10		2	8	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 5. Традиційна структура (композиція) рекламного тексту. Основний рекламний текст (ОРТ). Заключна фраза (коду). Найпереконливіші слова	10	2		8	ДС + ДБ + РК / 5

англійської мови. Слова та образи.					
Тема 6. Граматичні особливості рекламних текстів. Редагування (editing).	10		2	8	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 7. Емоції в рекламі. Як знайти роботу копірайтера.	10			10	ДС + ДБ + РК / 5
Тема 8. Креативна складова копірайтингу. У пошуках ідеї. Як знайти натхнення? Психологічні тригери.	12			12	ДС + ДБ + РК / 5
Разом за модулем 2	52	2	4	46	25
Види підсумкових робіт					Бал
Модульна контрольна робота 1					Т / 30
Модульна контрольна робота 2					Т / 30
Усього	90	6	4	80	

Форма контролю*: ДС – дискусія, ДБ – дебати, ЛР – письмове виконання лабораторної роботи/звіт, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/ІРС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота студента, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

5. Завдання для самостійного опрацювання.

Таблиця 3

Тема	Кількість годин		Питання для самостійного опрацювання
	денна форма	заочна форма	
Тема 1. Що таке копірайтинг, рерайтинг, спічрайтинг, прес-релізи, постінг, неймінг, SEOкопірайтинг. Види та специфікації копірайтингу. Цільова аудиторія.	6	10	What is copywriting and what makes it good? Basic copywriting notions, its benefits, its types. A framework for effective copywriting. Mistakes you shouldn't make. Copywriting history. (Marc Roberts "Copywriting 4 in 1")
Тема 2. Сфери застосування копірайтингу. Копірайтинг у політичних комунікаціях. Копірайтинг новин (технологія написання	6	10	Working spheres of a copywriter. <i>Writing Copy for Dummies</i> by Jonathan Krauz. <i>The copywriter's handbook</i> by Robert W. Bly. <i>The copywriting sourcebook</i> by Andy Maslen.

прес-релізу, прес-кіту). Копірайтинг іміджевої статті (брендинг). Копірайтинг реклами на TV, радіо, в різних друкованих виданнях (газети, журнали). Копірайтинг інтернет-реклами.			
Тема 3. Техніки впливу на аудиторію. Мистецтво написання чудового тексту. Принцип копірайтингу. Рекламний текст	10	14	Understand Your Customers. Persuasion Techniques - Liking, Consistency, Social Proof And More (<i>Copywriting Mastery Handbook by Charles Edwards</i>)
Тема 4. Заголовок у рекламному тексті. Види заголовків. Як створити ефектний заголовок.	8	8	Writing to Get Attention: The Headline (<i>The copywriter's handbook by Robert W. Bly</i>). Headline (<i>The copywriting sourcebook by Andy Maslen</i>). Write Attention-Grabbing Headlines And Opening (<i>Copywriting Mastery Handbook by Charles Edwards</i>) Eye Grabbing Headlines What Makes a Great Headline? 5 Templates to Sky-Rocket Your Sales Today (<i>Marc Roberts "Copywriting 4 in 1"</i>)
Тема 5. Традиційна структура (композиція) рекламного тексту. Основний рекламний текст (ОРТ). Заключна фраза (коду). Найпереконливіші слова англійської мови. Слова та образи.	8	8	<i>Advertising secrets of the written word by Joseph Sugarman</i> . The Most Persuasive Words in the English Language. Words and Images (<i>Marc Roberts "Copywriting 4 in 1"</i>)
Тема 6. Граматичні особливості рекламних текстів. Редагування (editing).	8	8	Marching Ahead with Copywriting Fundamentals Writing Copy 101: The Building Blocks Adding the Finishing Touches to Your Foundation Editing Your Work: The Grammar You Need to Know (<i>Writing Copy for Dummies by Jonathan Krauz</i>)
Тема 7. Емоції в рекламі. Як знайти роботу копірайтера.	6	10	Where to find Copywriting Jobs. Areas that Require Copywriting Where To Find Copywriting Jobs (<i>Marc Roberts "Copywriting 4 in 1"</i>). Copy as Emotion (<i>Advertising secrets of the written word by Joseph Sugarman</i>). How to Get a Job as a Copywriter. How to Hire and Work with Copywriters

			<i>(The copywriter's handbook by Robert W. Bly)</i>
Тема 8. Креативна складова копірайтингу. У пошуках ідеї. Як знайти натхнення? Психологічні тригери.	10	12	Looking for Ideas: Finding Inspiration through Investigation. Ten Fast Ways to Find Copywriting Inspiration (<i>Writing Copy for Dummies by Jonathan Krauz</i>) The Psychological Triggers(<i>Advertising secrets of the written word by Joseph Sugarman</i>). Psychologically Advanced Copywriting Tricks (<i>Copywriting Mastery Handbook by Charles Edwards</i>)
Разом:	62	80	

IV. Політика оцінювання

При вивченні навчальної дисципліни «Англомовний копірайтинг» студент виконує завдання згідно з навчальним планом та у відповідності до програми силабусу, що включають відвідування лекцій, опрацювання інформаційних джерел та літератури, підготовку до семінарських занять (аналіз теоретичних відомостей, опрацювання конспекту лекції, володіння термінологічним словником дисципліни, підготовку відповідей згідно плану семінарських занять, доповнення та коментарі відповідей інших студентів, підготовку презентацій/проектів).

Поточним контролем передбачені відповіді на семінарських заняттях, що має на меті перевірку рівня знань, присутність на лекціях, наявність конспекту та виконання науково-дослідних пошукових завдань. Максимальна кількість балів, яку може набрати студент за два змістових модулі (ЗМ), становить 40 балів.

Учасник освітнього процесу має дотримуватися навчальної етики, толерантно ставитися до всіх учасників процесу навчання, дотримуватися часових меж та лімітів навчального процесу.

У разі відсутності з поважної причини на лекційному занятті студент представляє конспект теми (*report*), яку вивчали на пропущеному занятті. За відсутності на практичному (семінарському) занятті знання студента оцінюють за результатами усного опитування по темі, що, зокрема, визначає рівень володіння тематичними термінами та ключовими поняттями.

Якщо студент хоче покращити підсумковий бал за аудиторну роботу, пропонується підготовка та захист презентації на одну із запропонованих тем (на вибір).

V. Підсумковий контроль

Підсумковий контроль здійснюється лектором і може проводитись лише один раз згідно із розкладом проведення лекційних занять. Відсутність студента на модульному тесті оцінюється у “0” балів. Повторне складання підсумкового модульного контролю для студента можливе за умови його відсутності з поважної причини відповідно до графіка, затвердженого кафедрою англійської філології. Максимальна кількість балів, яку може набрати студент за модульну контрольну роботу в межах змістового модуля, становить 30. Максимальна кількість балів за модульний контроль після написання двох модульних контрольних робіт дорівнює 60.

Рівень знань студента за поточний і модульний контроль оцінюється в балах, фіксується у журналі після вивчення кожного змістового модуля. Підсумкова оцінка за національною шкалою заноситься в залікову відомість.

У випадку незадовільної підсумкової оцінки або за бажанням підвищити рейтинг студент може дібрати бали, виконавши захист проекту.

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

VII. Рекомендована література та інтернет-ресурси

1. Геттинс Д. Секреты создания рекламных материалов, или неписанные правила копирайтинга / Домини Геттинс ; перев. с англ. А. А. Строкопа. – М. : АСТ ; Астрель, 2007. – 186 с.

2. Зінсер В. Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих текстів / Вільям Зінсер. – Київ: Наш Формат, 2018. – 288 с.

3. Падалка Стаська. В очікуванні копірайтера / Стаська Падалка. – К.: Rabulum, 2017. – 160 с.

4. Стельмахова А. Піаритись не можна зупинитися: практичний посібник / А. Стельмахова. – К.: Ліра-Плюс, 2019. – 196 с.

5. Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера. Практичний посібник / С. Трухімович. – К. : Вид-во Києво-Могилянської академії, 2016. – 148 с.
6. Шардаков Д. Заголовки на все случаи жизни. Swipe-File. Том I. - Учебное пособие, shard-copywriting, 2016. – 68 с.
7. Bly W. Robert. The Copywriter's Handbook: A Step-By-Step Guide To Writing Copy That Sells. - Holt Paperbacks; 3rd edition, 2006. – 376 p.
8. Bowdery Rob. Copywriting. - AVA Publishing, 2008. – 176 p.
9. Edwards Charles. Social Media Marketing (7 books in 1). - Charles Edwards, 2020. — 685 p. — ISBN 9798638919764.
10. Hamand Maggie. Creative Writing Exercises for Dummies. – For Dummies, 2014. – 384 p.
11. Kranz Jonathan. Writing Copy For Dummies. - Kindle Edition, 1st Edition, 2011. – 384 p.
12. Maslen Andy. The Copywriting Coursebook. - Marshall Cavendish Business, 2012. – 224 p.
13. Roberts Marc. Copywriting: 4 in 1: Beginner's Guide. - Amazon.com Services LLC, 2021. — 394 p. — ASIN B08SZDSVMK.
14. Sugarman Joseph. Advertising Secrets of the Written Word: The Ultimate Resource on How to Write Powerful Advertising Copy from One of America's Top Copywriters and Mail Order Entrepreneurs. - Delstar Pub, 1998. – 328 p.
15. Sugarman Joseph. The Adweek Copywriting Handbook. - John Wiley & Sons Inc, 2007. — 368 p.