



ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДИЗАЙНУ І МИСТЕЦТВ

Факультет	Аудіовізуального мистецтва та медіатехнології	Рівень вищої освіти	перший
Кафедра	Аудіовізуального мистецтва	Рік навчання	4
Галузь знань	В Культура, мистецтво та гуманітарні науки	Вид дисципліни	Вибіркова
Спеціальність	В4 Образотворче мистецтво та реставрація	Семестри	8

### Рекламний копірайтинг і спічрайтинг Семестр 8 (зима – весна 2026 року)

<b>Викладач</b>	Калашник Юлія Іванівна
<b>E-mail</b>	kalashnyk_julia@ukr.net
<b>Телефон</b>	097 656 48 84
<b>Заняття</b>	дистанційно на платформі Zoom згідно з розкладом
<b>Адреса</b>	к. 209, поверх 2, корпус 3, вул. Мистецтв, 11

### КОМУНІКАЦІЯ З ВИКЛАДАЧЕМ

Поза заняттями офіційним каналом комунікації з викладачем є груповий чат у Telegram. У чаті можна подивитися матеріали занять, а також ставити питання викладачу щодо дисципліни. Файли для перевірки домашнього завдання направляти *на вказану електронну пошту* та обов'язково підписувати (прізвище та ім'я, назва роботи).

### ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна передбачає базові знання з української мови і творчий підхід до виконання завдань самостійної роботи.

## **НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ**

Рекомендована література з дисципліни та навчальні матеріали, які надає викладач.

## **НЕОБХІДНЕ ОБЛАДНАННЯ**

Зошит для конспектування та виконання письмових завдань, ручка. Комп'ютерна техніка (ноутбук, планшет, смартфон тощо), обов'язково обладнана вебкамерою, з можливістю виходу до мережі Інтернет.

## **МЕТА Й ЗАВДАННЯ КУРСУ**

Мета курсу «Рекламний копірайтинг і спічрайтинг»: опанування студентами методів, технік і технологій створення текстів, ефективних у роботі рекламного копірайтера, набуття первинних практичних навичок роботи зі творення рекламних текстів, практика написання публічних виступів.

## **Компетентності та програмні результати навчання навчальної дисципліни «Рекламний копірайтинг і спічрайтинг»**

- ЗК 3.** Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК 4.** Здатність спілкуватися іноземною мовою.
- ЗК 5.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК 6.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 10.** Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК 12.** Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

## **Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)**

- СК 7.** Здатність адаптувати творчу (індивідуальну та колективну) діяльність до вимог і умов споживача.
- СК 8.** Здатність проводити аналіз та систематизацію зібраної інформації, діагностику стану збереженості матеріально- предметної структури твору мистецтва.
- СК 10.** Здатність усвідомлювати важливість виконання своєї частини роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.

## **Програмні результати навчання:**

- ПРН 2.** Виявляти сучасні знання і розуміння предметної галузі та сфери професійної діяльності, застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях.
- ПРН 3.** Формувати різні типи документів професійного спрямування згідно з вимогами культури усного і писемного мовлення.
- ПРН5.** Аналізувати та обробляти інформацію з різних джерел.
- ПРН 12.** Враховувати психологічні особливості у процесі навчання, спілкування та професійної діяльності.

## **ОПИС ДИСЦИПЛІНИ**

Спрямованість та академічна специфіка дисципліни визначена формально-логічною структурою побудови навчального плану та характером запропонованих для формування компетентностей.

Дисципліну вивчають протягом одного семестру 4 курсу.

Весняний семестр: 15 практичних занять, 2 модульні контрольні роботи, залік. Усього курс має 2 модулі та 12 тем.

## **МОДУЛЬ 1**

**Тема 1.** Копірайтинг як вид фахової діяльності: походження і розвиток. Види копірайтингу за метою.

**Тема 2.** Реклама: її класифікації за різними критеріями. Формули успішного копірайтингу.

**Тема 3.** Наймінг. Технології створення ефективного найму. Слоган як елемент тексту реклами. Типи слоганів за структурою, змістом та емоційним наповненням.

**Тема 4.** Вплив на адресата в текстах реклами: спонукальні конструкції та їх семантика.

**Тема 5.** Іміджева реклама: особливості, види. Копірайтинг іміджевої статті.

**Тема 6.** Копірайтинг новин.

**Тема 7.** Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо. Особливості текстів журнальної реклами.

## **МОДУЛЬ 2**

**Тема 8.** Особливості копірайтингу в Інтернеті. Специфічні пошукові вимоги до змісту текстів в Інтернеті.

**Тема 9.** Основні правила створення рекламного тексту. Типові помилки.

**Тема 10.** Спічрайтинг та його функції.

**Тема 11.** Мовностилістичні засоби та художні прийоми. Стилiстико-синтаксична організація текстів та її роль у копірайтингу та спічрайтингу.

**Тема 12.** Психолінгвістичний інструментарій спічрайтера.

## ФОРМАТ ДИСЦИПЛІНИ

Теми розкриваються на практичних заняттях. Практичні заняття удосконалюють практичні навички та закріплюють теоретичні знання. Самостійна робота студента спрямована на закріплення тем дисципліни.

## ФОРМАТ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

Форми контролю знань: поточний, проміжний та підсумковий контроль.

Завданням поточного контролю є перевірка вивченого матеріалу, визначення ступеня його засвоєння, формування навичок самостійної роботи. Здійснюється під час аудиторних занять.

Проміжний контроль передбачає перевірку виконаних протягом відповідних тем/модулів завдань самостійної роботи студентів.

Підсумковий контроль (залік) має на меті оцінювання рівня знань, умінь і навичок, отриманих студентом протягом семестру. Система підсумкового контролю передбачає оцінювання рівня знань усіх тем дисципліни. Загальний бал складається із суми балів з усіх видів навчальної роботи згідно із структурою залікових кредитів.

## ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Національна	Бали	ECTS	Диференціація А (внутрішня)	Національна	Бали	ECTS
Відмінно	90–100	А	A+ 98–100	Задовільно	64–74	D
			A 95–97		60–63	E
			A- 90–94	Незадовільно	35–59	FX
Добре	82–89	В		Незадовільно (повторне проходження)	0–34	F
	75–81	С				

## ПРАВИЛА ВИКЛАДАЧА

Під час занять необхідно вимкнути звук мобільних телефонів як студентам, так і викладачу. За необхідності студент має спитати дозволу вийти з конференції (окрім заліку).

Для ефективного проведення навчального процесу, ідентифікації його учасників та об'єктивного оцінювання студенти повинні мати відеозв'язок і ввімкнену вебкамеру; до самостійних, модульних та залікової роботи студенти допускаються тільки з увімкненою відеокамерою. Вітається

активна участь в обговоренні теми заняття, власна думка з обговорюваних питань, аргументоване відстоювання позиції.

У разі відрядження, хвороби тощо викладач має перенести заняття на вільний день за попередньою узгодженістю зі студентами.

Через необхідність проведення освітнього процесу в режимі онлайн студентам надаються теоретичні матеріали та методичні рекомендації до виконання завдань самостійної роботи. Відвідування дистанційних занять і систематичне виконання домашніх та підсумкових робіт є обов'язковими складниками для отримання заліку з дисципліни.

## **ПОЛІТИКА ВІДВІДУВАНOSTI**

Студент повинен дотримуватися графіку навчального процесу та виконувати вимоги навчального плану.

В обов'язковому порядку відвідувати всі види навчальних занять, які передбачені навчальним планом. Пропускати заняття без поважних причин недопустимо (причини пропуску мають бути підтверджені). Запізнення на заняття не вітаються.

Якщо здобувач вищої освіти пропустив певну тему, він повинен самостійно відпрацювати її та наступного заняття відповісти на ключові питання.

Через необхідність проведення освітнього процесу в режимі онлайн студент надсилає самостійно виконані завдання на електронну пошту викладача до початку пари. Якщо завдання не виконано студентом вчасно, знижується оцінка.

Обов'язковою є присутність студента на проміжному контролі та заліку.

## **АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ**

Студенти зобов'язані дотримуватися правил академічної доброчесності (у своїх домашніх роботах, доповідях, статтях, при складанні заліку тощо). Жодні форми порушення академічної доброчесності не є прийнятними. Якщо під час рубіжного контролю помічено недоброчесне використання інформації, студент втрачає право отримати бали за тему. Якщо це відбулось у процесі іспиту – студент втрачає всі бали та має перескладати іспит за всіма темами.

**Корисні посилання:** <https://законодавство.com/zakon-ukrajiny/stattya-akademichna-dobrochesnist-325783.html>

## **РОЗКЛАД КУРСУ**

## Весняний семестр

Дата	Те ма	Вид заняття		Год ини	Поточний контроль
			<b>I семестр (15 занять)</b>		
Згідно з розкладом			<b>Модуль 1</b>		
1	1	Практичне заняття	Копірайтинг як вид фахової діяльності: походження і розвиток. Види копірайтингу за метою.	2	
2	2	Практичне заняття	Реклама: її класифікації за різними критеріями. Формули успішного копірайтингу.	2	
3	3	Практичне заняття	Неймінг. Технології створення ефективного нейму. Аналіз зразків реклами різних сфер.	2	
4	3	Практичне заняття	Слоган як елемент тексту реклами. Типи слоганів за структурою, змістом та емоційним наповненням.	2	
5	4	Практичне заняття	Вплив на адресата в текстах реклами: спонукальні конструкції спонукальні конструкції та їх семантика.	2	Виконання завдань самостійної роботи
6	5	Практичне заняття	Іміджева реклама: особливості, види. Копірайтинг іміджевої статті.	2	
7	6	Практичне заняття	Копірайтинг новин: особливості, механізм створення	2	
8	7	Практичне заняття	Копірайтинг реклами на телебаченні та радіо. Особливості текстів журнальної реклами.	2	Виконання завдань самостійної роботи
9		Практичне заняття	Модульний контроль	2	Виконання модульної контрольної роботи
			<b>МОДУЛЬ 2</b>		
10	8	Практичне заняття	Особливості копірайтингу в Інтернеті. Специфічні пошукові вимоги до змісту	2	

			текстів в Інтернеті.		
11	9	Практичне заняття	Основні правила створення рекламного тексту. Типові помилки.	2	
12	10	Практичне заняття	Спічрайтинг та його функції.	2	
13	11	Практичне заняття	Мовностилістичні засоби та художні прийоми. Стилiстико-синтаксична організація текстів та її роль у копірайтингу та спічрайтингу.	2	Виконання завдання самостійної роботи
14	12	Практичне заняття	Психолінгвістичний інструментарій спічрайтера.	2	
15		Залік	Модульний контроль.		Виконання модульної контрольної роботи

## РОЗПОДІЛ БАЛІВ

Модуль 1	Форма звітності		Бали
	Виконання завдання самостійної роботи		0–20
	Робота на практичних заняттях		0–10
	Модульний контроль		0–10
Модуль 2	Форма звітності		Бали
	Виконання завдання самостійної роботи		0–20
	Робота на практичних заняттях		0–10
	Модульний контроль		0–10
<b>Всього балів</b>			80
<b>Залік</b>			20

## КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

	Бали		Критерії оцінювання
	0–20	0–40	
A+	20	40	Студент у повному обсязі опанував матеріал теми, надав додаткові матеріали та приклади за темою. Відповів на додаткові питання. Виконання акуратне, без помилок
A	17–19	37–39	Студент у повному обсязі опанував матеріал теми, надав додаткові матеріали за темою. Виконання

			акуратне, без помилок
A-	16	36	Студент у повному обсязі опанував матеріал теми, виконання акуратне, без помилок
B	12–15	32–35	Студент у повному обсязі опанував матеріал теми, але зробив декілька незначних помилок
C	8–11	22–31	Студент у повному обсязі опанував матеріал теми, але зробив значні помилки
D	4–7	10–21	Студент не в повному обсязі опанував матеріал теми, робота виконана на недостатньому рівні зі значними недоліками
E	1–3	1–9	Студент у недостатньому обсязі опанував матеріал теми, виконана робота має багато значних недоліків (малий обсяг, невідповідність завданню, невчасне подання виконаної роботи, неохайність тощо).
	0	0	Пропуск рубіжного контролю

## СИСТЕМА БОНУСІВ

Передбачено додаткові бали за активність студента під час семінарських занять. Передбачено додаткові бали за участь (5 балів) у Міжнародному конкурсі знавців української мови імені Петра Яцика, а також за участь у студентських конференціях з виступом або публікацією тез (10 балів).

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бабич Н. Д. Практична стилістика і культура української мови: навчальний посібник. Львів: Світ, 2003. 431 с.
2. Басій Н.Ф. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Львів: Вид-во ЛКА. 2011. 328 с.
3. Блинова Н. М., Кирилова О. В. Копірайтинг як діяльність зі створення онлайнового контенту. *Communications and Communicative Technologies*. 2018. Вип. 18. С. 13–21.
4. Божкова В.В., Мельник В.В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посібник. [2-е вид., стер.]. Київ: ЦУЛ, 2010. 200 с.
5. Владимирська Г.О., Владимирський П. О. Реклама: навч. посібник. Київ: Кондор, 2006. 334 с.
6. Ільченко В. І. «Актуалізатори» в газетному заголовку. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1312>
7. Зозульов О.В., Писаренко Н.Л. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. Київ: Знання – Прес, 2004. 199 с.
8. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг 2.0. Харків: ВД «Фабула», 2023. 400 с.

9. Каптур А. О. Інтернет-реклама: сучасний канал комунікації. Тенденції та перспективи. *Інтернаука: міжнар. наук. журн.* 2017. № 8. С. 43-45.
10. Карпчук Н. П. Маніпулятивні технології в рекламі. *Наук. вісн. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Сер. : Філол. науки. Прагмалінгвістика.* 2009. № 11. С. 118–121. URL: <http://book.net/index.php?p=achapter&bid=17405&chapter=1>
11. Коваленко Є. Рекламний текст як основна одиниця рекламної комунікації: особливості лінгвістичного аналізу. URL : <http://www.info-library.com.ua/books-text-10688.html>
12. Колотілова Н. А. Риторика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 232 с. URL : <http://pidruchniki.com/1584072023290/ritorika/ritorika>
13. Конюхова Л. Вираження спонукання в слогані телереклами. Любов Конюхова. URL: [http://journ.lnu.edu.ua/movazmi/body/visnyk23/Statti\\_Koniukhova.htm](http://journ.lnu.edu.ua/movazmi/body/visnyk23/Statti_Koniukhova.htm)
14. Крещук Л. П. Використання кольору в рекламі. URL : [http://www.rusnauka.com/14\\_NPRT\\_2010/Economics/61199.doc.htm](http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2010/Economics/61199.doc.htm)
15. Кутуза Н. В. Формула рекламного дискурсу. *Одес. лінгв. вісн.* 2014. № 3. С. 138–145. URL: <http://www.oljournal.in.ua/archive/v3/19.pdf>
16. Кушнір Р. О. ВЕЛИКИЙ ОРАТОР, або як говорити так щоб Вам аплодували стоячи. Дрогобич: Коло, 2013. 258 с. URL: [https://docs.google.com/viewer?url=https%3A%2F%2Fshron1.chtyvo.org.ua%2FKushnir\\_Roman%2FVelykyi\\_orator\\_abo\\_iak\\_hovoryty\\_tak\\_schob\\_Vam\\_aploduvaly\\_stoiachy.pdf](https://docs.google.com/viewer?url=https%3A%2F%2Fshron1.chtyvo.org.ua%2FKushnir_Roman%2FVelykyi_orator_abo_iak_hovoryty_tak_schob_Vam_aploduvaly_stoiachy.pdf)
17. Левщанова О. О., Підмогильна Н. В. Копірайтер в українському медіапросторі: соціальні аспекти. Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2019. Вип. 11. С. 71–76.
18. Павлюк Л. Г. Аксиологічні та структурні характеристики дискурсу реклами у мас-медіа. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1460>
19. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилїстика української мови: підручник / за ред. Л. І. Мацько. Київ: Вища шк., 2003. 462 с.
20. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: підручник. Суми: Унів. книга, 2009. 365 с.
21. Пономарів О. Д. Культура слова: Мовностилїстичні поради: навч. посібник. Київ: Либідь, 2001. 240 с. URL: <http://ponomariv-kultura-slova.wikidot.com/about>.
22. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови: підручник. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. 248 с.

23. Савченко Л. Г. Російсько-український словник словосполучень. Труднощі перекладу. Київ: Національний книжковий проект, 2010. 512 с.
24. Холод О.М. ЗМІ та імідж політиків: монографія / За ред. проф. В.В.Різуна. Київ, 2004. 342 с.
25. Холод О. М. Спічрайтинг : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2010. 230 с.
26. Цапок О. М. Різновиди сучасного копірайтингу. *Держава та регіони*. Серія : Соціальні комунікації. 2019. № 3 (39). С. 115–120.
27. Черемська О. С. Культуромовний аспект рекламного тексту *Лінгвістичні дослідження* : зб. наукових праць. Харків : ХДПУ, 2007. Вип. 22. С. 152–157.

### **Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті**

1. Словники України онлайн: <http://lcorp.ulif.org.ua/dictua/>.
2. Словник української мови онлайн (т. 1-11): <https://services.ulif.org.ua/expl/Entry/index?wordid=1&page=0>.
3. Словник української мови у 20-ти томах ONLINE: <http://services.ulif.org.ua/expl/Entry/index?wordid=1&page=0>.
4. Словотвір / Майданчик для перекладів запозичених слів: <https://slovotvir.org.ua/>.