

Інститут філології
Кафедра української літератури, компаративістики і гринченкознавства



«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

« 01 » 09 2021
р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
**ОСНОВИ ЛІТЕРАТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИДИ І ТЕХНОЛОГІЇ
КОПРАЙТИНГУ**

для студентів

спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.01. Українська мова і література
освітньої програми 035.01.01 Українська мова і література

освітнього рівня першого (бакалаврського)

Київ — 2021

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 0008/21
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« » 20 21 р.

Розробник:

Половинкіна Марія Ігорівна, кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри української літератури, компаративістики та грінченкознавства

Викладач:

Половинкіна Марія Ігорівна, кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри української літератури, компаративістики та грінченкознавства

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри української літератури, компаративістики та грінченкознавства

Протокол від «__»____ 2020 року №
Завідувач кафедри української літератури
і компаративістики _____ (О. О. Бровко)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми _____
_____ 2020 р. *Вікторія М. О.*
Гарант освітньої програми _____ *Л. І.*

Робочу програму перевірено
_____ 2020 р.
Заступник директора Інституту філології
з науково-методичної та навчальної роботи _____ (Заяць Л. І.)

Пролонговано:
на 2021/2022 н.р. *Бровко О. О.* (Бровко О. О.) «26»08 2021 р. протокол № 1
на 20__/20__ н.р. _____ («__» 20__ р. протокол №__
на 20__/20__ н.р. _____ («__» 20__ р. протокол №__
на 20__/20__ н.р. _____ («__» 20__ р. протокол №__

1. Опис навчальної дисципліни

Основи літературного менеджменту

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	7/210	
Курс	3	
Семестр	5,6,7	
Кількість змістових модулів з розподілом	3	3
Обсяг кредитів	7	7
Обсяг годин, зокрема:	210	210
Аудиторні	98	28
Модульний контроль	14	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	98	182
Форма семестрового контролю	залік	

Основи літературного менеджменту: види і технології копірайтингу

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	1/30	1/30
Курс	III	
Семестр	VI	
Кількість змістових модулів з розподілом	1	1
Обсяг кредитів	1	1
Обсяг годин, зокрема:	30	30
Аудиторні	14	4
Модульний контроль	2	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	14	26
Форма семестрового контролю	залік	

2. Мета і завдання навчальної 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:

Сформувати такі компетентності:

Загальні:

- Соціальна компетенція. Здатність бути відповідальним, ініціативним, активним, мати динамічні знання, відкритість до світу, вміння працювати в команді; вміння розподіляти функції в колективній роботі; прояв мотивації до участі в суспільному житті.
- Самоосвітня компетенція. Здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку. Спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію. Прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.

Фахові:

- Лінгвальна. Досконале володіння українською мовою в її літературній формі, розуміння діалектного різноманіття української національної мови, вміння використовувати засоби мови відповідно до специфіки комунікативної ситуації та контексту. Здатність аналізувати просторові та соціальні різновиди мови, засади мовної політики.
- Комунікативна професійно-орієнтована. Здатність застосовувати в професійній діяльності нормативні засоби мови в усному та писемному мовленні з урахуванням змістового наповнення, соціально-демографічних особливостей співрозмовника, специфіки ситуації спілкування та контексту. Здатність вільно й ефективно використовувати мову(и), що вивчається(ються), для розв'язання комунікативних завдань.
- Літературознавчо-критична. Здатність осмислювати мистецтво слова як систему систем, розуміти еволюційний шлях розвитку вітчизняного і світового літературознавства.
- Компетенція продуктивної творчої діяльності. Уміння працювати творчо, отримувати результат, ухвалювати нестандартні рішення та відповідати за них, здатність виявляти творчість і спонукати до неї у професійній діяльності.

3. Результати навчання за дисципліною

- вільне володіння базовим професійним категоріально-поняттєвим та дослідницьким апаратом сучасної філологічної науки (ПРН-У-1);
- уміння визначати художню своєрідність творів і творчості письменника загалом, послуговуючись системою основних понять і термінів літературознавства (ПРН-У-3);
- фахово формувати й аргументувати власні теоретичні і практичні судження, професійні позиції (ПРН-С-1).

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Кількість годин між видами робіт				
		Аудиторні				Самостійна робота
		Лекції	Семинарські	Практичні	Модульні	
Змістовий модуль 1. Види і технології копірайтингу в літературному просторі						
Види копірайтингу.	2	2				
Історія розвитку різних видів копірайтингу.	13	2	2	2		7
Сучасні технології копірайтингу	13	2	2	2		7
Модульний контроль	2				2	
Разом годин	30	6	4	4	2	14

Тематичний план для заочної форми навчання

Назва змістових модулів, тем	Усього	Кількість годин між видами робіт			
		Аудиторні			Самостійна робота
		Лекції	Практичні	Лабораторні	
Змістовий модуль 1. Види і технології копірайтингу в літературному просторі					
Види копірайтингу.	2	2			
Історія розвитку різних видів копірайтингу.	13				13
Сучасні технології копірайтингу	15		2		13
Разом годин	30	2	2		26

5. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Види копірайтингу

Професійні завдання копірайтерів. Правила створення слоганів. Конструювання рекламно-інформаційних матеріалів. Місце і роль копірайтингу в структурі рекламної діяльності. Рівні асоціювання в копірайтингу.

Тема 2. Історія розвитку різних видів копірайтингу

Рерайтінг як вид діяльності в копірайтингу. Інструменти копірайтингу. SEO-копірайтинг в структурі сучасної реклами. Різновиди макетів (форматів) друкованої реклами.

Тема 3. Сучасні технології копірайтингу

Креативний бриф: поняття, структура, значення. Стереотипи масової свідомості та їх облік в рекламному зверненні. Сценарій як вид рекламного тексту.

6. Контроль навчальних досягнень
6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Денна форма

Вид діяльності студента	Максимальна к-ть балів за одиницю	Модуль 1	
		К-ть	Максимальна кількість
Відвідування лекцій	1	1	3
Відвідування семінарських занять	1	2	2
Робота на семінарському занятті	10	2	20
Відвідування практичних занять	1	2	2
Робота на практичних заняттях	10	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10
Модульний контроль	25	1	25
Разом			57

Коефіцієнт:
 $57:100=0,57$

Заочна форма

Вид діяльності студента	Максимальна к-ть балів за одиницю	Модуль 1	
		К-ть	Максимальна кількість
Відвідування лекцій	1	1	1
Відвідування практичних занять	1	1	1
Робота на практичних заняттях	10	1	10
Виконання завдань для СР	5	2	10
Разом			22

Коефіцієнт:
 $22:100=0,22$

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Самостійна робота. Створити зразки рекламного тексту спеціальності за різними видами копірайтингу, використовуючи сучасні технології

Критерії оцінювання: при оцінюванні виконаних самостійних робіт основна увага буде звертатися на знання методології підготовки копірайту, користування базовими прийомами, повноту відповідей, ефективність рекламного тексту.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульний контроль здійснюється у формі презентацій індивідуальних і групових проєктів. Максимальна оцінка за кожен модуль – 25 балів. Оцінюватимуться продемонстровані риторичні навички, взаємодія з аудиторією та відповіді на питання.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль відбуватиметься у формі заліку. Максимальна оцінка – 100 б.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю (для самоконтролю)

1. Рерайтинг як вид діяльності в копірайтингу. Інструменти копірайтингу
2. SEO-копірайтинг в структурі сучасної реклами.
3. Різновиди макетів (форматів) друкованої реклами.
4. Слоган як структурна частина рекламного тексту.
5. Аргументація в рекламі: види аргументів, шляхи їх введення в рекламний текст.
6. Рекламний заголовок: функції, вимоги, що пред'являються рекламному заголовку.
7. Проблема жанру в рекламі.
8. Рекламне оголошення: вимоги жанру, зона використання.
9. Поняття «контраргумент». Техніка впровадження контраргументації.
10. Концепти копірайтингу як основи моделювання рекламних текстів.
11. Основні позиції класифікації слоганів.
12. Сформулюйте відмінність між апеляцією і аргументацією в рекламі.
13. Гра зі шрифтами в копірайтингу.
14. Мова рекламного повідомлення в залежності від цільової аудиторії.

15. Наймінг: загальне уявлення.
16. Ігровий аспект у сучасному рекламному тексті.
17. PR-формати копірайтингу.
18. Вербалізація художнього задуму.
19. Знак, символ, міф у комплексному конструюванні рекламного повідомлення.
20. Шокові стратегії в рекламному тексті.
21. Креативний бриф: поняття, структура, значення.
22. Стереотипи масової свідомості та їх облік в рекламному зверненні.
23. Сценарій як вид рекламного тексту.
24. Професійні завдання копірайтерів.
25. Правила створення слоганів.
26. Конструювання рекламно-інформаційних матеріалів.
27. Рекламний проспект: основні вимоги, загальна характеристика.
28. Словесні асоціації в копірайтингу.
29. Основні комунікативні моделі рекламного тексту.
30. Місце і роль копірайтингу в структурі рекламної діяльності.
31. Рівні асоціювання в копірайтингу.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

**7. Навчально-методична карта дисципліни «Основи літературного менеджменту: види і технології копірайтингу»
(денна форма)**

Разом: 30 год., з них: лекції – 6 год., практичні заняття – 4 год, семінарські заняття – 4 год., модульні роботи – 2 год., самостійна робота – 14 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI
Модулі	Модуль 1. Види і технології копірайтингу в літературному просторі					
Дати						
Теми лекцій	Види копірайтингу (1 б.)	Історія розвитку різних видів копірайтингу (16)	Сучасні технології копірайтингу (16)			
Теми практичних занять		Історія розвитку різних видів копірайтингу (11б)	Сучасні технології копірайтингу (11 б)			
Теми семінарських занять		Історія розвитку різних видів копірайтингу (11б)	Сучасні технології копірайтингу (11 б)			
СР	СР (56)					
Підсум. контр.	Залік					

**Навчально-методична карта дисципліни «Основи літературного менеджменту: види і технології копірайтингу»
(заочна форма)**

Разом: 30 год., з них: лекції – 2 год., практичні заняття – 2 год., самостійна робота – 26 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI
Модулі	Модуль 1. Види і технології копірайтингу в літературному просторі					
Дати						
Теми лекцій	Види копірайтингу (1 б.)					
Теми практичних занять		Історія розвитку різних видів копірайтингу (11б)				
СР	СР (5б)					
Підсум. контр.	Залік					

8. Рекомендовані джерела

Основні

1. Про рекламу: Закон України від 03 липня 1996 р. №270/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39.
2. Арешенкова О. Рекламний текст як функціональний різновид мовлення / О. Арешенкова // Науковий вісник Криворізького національного університету. Філологічні студії. – 2014. – № 10. – С.5–11.
3. Виноградова О., Коваленко Є. Функціонування конструкцій експресивного синтаксису в рекламних текстах / О.Виноградова, Є. Коваленко // Лінгвістичні студії: Зб. наук. праць. – Вип.14. – Донецьк : ДонНУ. – Вип. 14. – 2006. – С.126-131.
4. Горбарук І. Особливості використання гри слів у друкованих ЗМІ : кваліфікаційна робота студентки факультету української філології / І. Горбарук. – Кривий Ріг; КНУ, Криворізький педагогічний інститут. 2015. – 62с.
5. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К. : Знання; КОО, 2001. – 456 с.
6. Дзюба О. А. Медіа-реклама як креативне мистецтво сучасного культурного простору України / О. А. Дзюба // «Молодий вчений». – № 1 (53). – 2018. – С. 127-130
7. Іванченко Р. Текст у рекламі / Р. Іванченко // Друкарство. – 2001. – № 4. – С. 24-25.
8. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент : Навч. посібник / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 440 с.
9. М'яснянкін Л. Функції експресивних синтаксичних конструкцій у рекламному тексті / Л. М'яснянкін // Вісник Львівського університету. Серія журналістика, 2012. – Випуск 36. – С.400–407.
10. Непийвода Н. Мовні ігри та гумор в рекламному тексті / Н.Непийвода // Українська мова та література. – 2001. – № 12 . – С.9–11.
11. Трухімович С. Реклама. Конспекти копірайтера / С. Трухімович. – Львів, 2015. – 102с.

Додаткові

1. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Т. Д. Булах – Х., 2011. – 224 с.
2. Зирка В. Реклама, потребительские мотивы, вербальная сатурация текста / В. Зирка // Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Філологічні науки. – Дніпропетровськ, 2012. – № 1 (3). – С. 150-158.
3. Маркетинг : Навч. посібник / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, О. В. Попко, З. О. Толчанова, Б. О. Король, О. В. Мартинюк, С. І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. 7.

Мельникович О. М., Крепак А. С. Зовнішня реклама : монографія / О. М. Мельникович, А. С. Крепак. – Київ : КНТЕУ, 2017. – 220 с.

4. Квасова Л. С. Рекламний менеджмент: Конспект лекцій / Л. С. Квасова, Ю. В. Сивопляс, О. В. Пахлова. – Дніпропетровськ : НМетАУ, 2013. – 60 с.

5. Савицька Н. Л., Синицина Г. А., Олініченко К. С. Рекламний менеджмент : Навч. посібн. / Н. Л. Савицька, Г. А. Синицина, К. С. Олініченко. – Харків : вид-во Іванченко, 2015. – 169 с.