

Міністерство освіти і науки України
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра документознавства та української мови (№ 801)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Керівник проектної групи



О. О. Карпенко
(підпис) (ініціали та прізвище)

«31» 08 2020 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА ВИБІРКОВОЇ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Спічрайтинг та копірайтинг у документно-інформаційних комунікаціях
(назва навчальної дисципліни)

Галузь знань: 02 Культура і мистецтво
(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність: 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма: Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
(найменування спеціалізації)

Форма навчання: денна

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Харків 2020 рік

Робоча програма Спічрайтинг та копірайтинг у документно-інформаційних комунікаціях

(назва дисципліни)

для студентів за спеціальністю 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

освітньою програмою Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

« 19 » червня 2020 р. – 10 с.

Розробники: Карпенко О. О., доцент каф.801, к.пед.н., доцент

(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь та вчене звання)

(підпис)



Робочу програму розглянуто на засіданні кафедри документознавства та української мови (№ 801)

(назва кафедри)

Протокол № 13 від «19» 06 2020 р.

Завідувач кафедри

к. філос. н., доцент

(науковий ступінь та вчене звання)



(підпис)

А. Є. Прилуцька

(ініціали та прізвище)

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показника	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни (денна форма навчання)	
Кількість кредитів – 5,5	Галузь знань <u>02 Культура і мистецтво</u> (шифр і найменування) Спеціальність <u>029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа</u> (код і найменування) Освітня програма <u>Інформаційна, бібліотечна та архівна справа</u> (найменування) Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)	Вибіркова	
Кількість модулів – 5,5		Навчальний рік: 2020/2021	
Змістових модулів – 3		Семестр 8-й	
Загальна кількість годин 60 годин аудиторних занять/165 годин		Лекції 24 години	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5 годин самостійної роботи студента – 9 годин		Практичні, семінарські 36 годин	
		Лабораторні —	
		Самостійна робота 105 годин	
		Вид контролю: Іспит	

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійних становить: денна форма навчання – 60 годин аудиторних занять /105 годин.

* Аудиторне навантаження може бути зменшене або збільшене на одну годину залежно від розкладу занять.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета – освоєння необхідних жанрових моделей спічрайтингу та копірайтингу в документно-інформаційних комунікаціях; формування практичних навичок створення спічрайтерського та копірайтерського текстів.

Завдання: оволодіння знаннями про сутність системи зв'язків організації (фірми) з цільовою аудиторією та її елементами, закономірності та випадковості їх виникнення, функціонування та розвитку, принципи і методи діяльності з формування та управління громадською думкою в інтересах організації та громадськості.

Згідно з вимогами освітньо-професійних програм студенти повинні досягти таких **компетентностей:**

- ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- ЗК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- ЗК3. Знання та розуміння предметної області та професійної діяльності;
- ЗК7. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел;
- ЗК8. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт в інформаційно-сервісній галузі;
- ФК1. Здатність здійснювати відбір, аналіз, оцінку, систематизацію, моніторинг, організацію, зберігання, розповсюдження та надання в користування інформації та знань у будь-яких форматах;
- ФК6. Здатність підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації на професійному рівні.
- ФК16. Здатність самостійної практичної роботи в інформаційно-сервісній галузі.

Програмні результати навчання:

- РН11. Здійснювати пошук інформації в різних джерелах для розв'язання професійних завдань щодо надання інформаційних послуг та продуктів релевантних запитам споживачів;
- РН13. Оцінювати результати діяльності та відстоювати прийняті рішення;
- РН17. Бути відповідальним, забезпечувати ефективну співпрацю в команді для підвищення ефективності професійних комунікацій;
- РН20. Застосовувати знання та вміння в інформаційно-сервісній галузі з урахуванням вітчизняного та міжнародного досвіду.

Міждисциплінарні зв'язки: аналітико-синтетична переробка документної інформації, риторика, філософія та ін.

3. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1

Змістовий модуль 1. *Спічрайтерство як поняття та специфічна галузь професійної діяльності.*

Тема 1. *Спічрайтинг як галузь професійної діяльності офісного службовця (документознавство). Спічрайтинг як технологія. Спічрайтинг як професія.*

Тема 2. *Спічрайтерський текст як різновид документно-інформаційної комунікації. Публічний виступ та його особливості. Класифікація публічних промов за метою.*

Змістовий модуль 2. *Типи мовлення. Поняття про копірайтинг. Види та особливості складання текстів*

Тема 3 Інформаційне мовлення. Переконуюче мовлення. Протокольо-етикетне мовлення.

Тема 4. Класифікація публічних промов за сферами використання. Усні та письмові промови в документно-інформаційних комунікаціях (політика, бізнес тощо).

Тема 5. Копірайтинг: основні поняття та зміст.

Тема 6. . Види та особливості складання текстів

Класифікація PR-текстів. Переваги використання PR-статей. Рекламний текст в різноманітних носіях

Тема 7. Теорія неймінгу: комерційне ал'я, дефінітор. Як створити успішний сайт. Приховане значення звукових символів.

Модульний контроль Модульна робота 1

Змістовий модуль 3. Принципи та методи документно-інформаційних комунікацій засобами спічрайтингу та копірайтингу

Тема 8. Правила складання виступів та статей. Практичне опрацювання текстів, опублікованих в Інтернеті для читання громадськістю

Тема 9. Зарубіжний досвід ефективного спічрайтерства
Моделі організації спічрайтерства в Німеччині, Швеції, США.

Тема 10. Сучасні українські моделі організації ефективного спічрайтерства.

Модульний контроль Модульна робота 2

Контрольний захід: іспит.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістового модуля і тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7
Модуль 1						
Змістовий модуль 1. Спічрайтерство як поняття та специфічна галузь професійної діяльності .						
Тема 1. Спічрайтинг як галузь професійної діяльності офісного службовця (документознавство). Спічрайтинг як технологія. Спічрайтинг як професія.	20	4	4			12
Тема 2. Спічрайтерський текст як різновид документно-інформаційної комунікації. Публічний виступ та його особливості. Класифікація публічних промов за метою.	20	4	4			12
Разом за змістовим модулем 1	40	8	8			24
Змістовий модуль 2. Типи мовлення. Поняття про копірайтинг. Види та особливості складання текстів						
Тема 3. Інформаційне мовлення. Переконаюче мовлення. Протокольне-етикетне мовлення.	18	2	4			12
Тема 4. Класифікація публічних промов за сферами використання. Усні та письмові промови в документно-інформаційних комунікаціях (політика, бізнес тощо).	18	2	4			12
Тема 5. Копірайтинг: основні поняття та зміст.	12	2	2			8
Тема 6. Види та особливості складання текстів Класифікація PR-текстів. Переваги використання PR-статей. Рекламний текст в різноманітних носіях	12	2	2			8
Тема 7. Теорія неймінгу: комерційне ал'я, дефінітор. Як створити успішний сайт. Приховане значення звукових символів.	12	2	2			8
Модульний контроль	2		2			
Разом за змістовим модулем 2	74	10	16			48
Змістовий модуль 3. Принципи та методи документно-інформаційних комунікацій засобами спічрайтингу та копірайтингу						
Тема 8. Правила складання виступів та статей. Практичне опрацювання текстів, опублікованих в Інтернеті для читання громадськістю	18	2	4			12
Тема 9. Зарубіжний досвід ефективного спічрайтерства. Моделі організації спічрайтерства в Німеччині, Швеції, США.	13	2	2			9
Тема 10. Сучасні українські моделі організації ефективного спічрайтерства	18	2	4			12
Модульний контроль	2		2			
Разом за змістовим модулем 3	51	6	12			33
Усього годин	165	24	36			105
Контрольний захід: іспит.						
Усього годин	165	24	36			105

5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Спічрайтерство та копірайтинг як поняття та специфічна галузь професійної діяльності офісного службовця (документознавство).	4
2	Класифікації публічних промов.	4
3	Текст та особливості складання текстів.	4
4	Теорія неймінгу: комерційне ал'я, дефінітор.	4
5	Принципи та методи документно-інформаційних комунікацій засобами спічрайтингу та копірайтингу	2
6	Зарубіжний досвід та сучасні українські моделі організації ефективного спічрайтерства	2
7	Написання іміджевої статті.	2
8	Модульний контроль 1	2
9	Створення нейму та алогану.	4
10	Редагування текстів.	2
11	Складання та виголошення промови	4
12	Модульний контроль 2	2
	Разом	36

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Методи, техніки та засоби мовленнєвого викладу текстових документів	12
2	Публічні виступи та спрайтинг	12
3	Інтернет як ефективне джерело та важливий інформаційно-комунікаційний канал у системі професійної діяльності спічрайтера.	12
4	Сучасні тенденції розвитку спічрайтингу.	12
5	Емерджентність сприйняття людиною друкованого тексту.	8
6	Роль контексту та фонових знань читача під час сприйняття текстового повідомлення.	8
7	Символи і знаки масової комунікації.	8
8	Розвиток професійної інституалізації реклами в середньовічній Європі: глашатаї і герольди. Реклама стаціонарних заклиників	12
9	Паблік рилейшнз в діловій комунікації і економічному житті США XX ст. Розвиток бізнес-ПР у Європі.	9
10	Потреби преси щодо урядової інформації: конфлікт інтересів уряду і масмедіа	12
	Разом	105

7. Методи навчання

У навчальному використовуються пояснювально-ілюстративний, проблемно-пошуковий, евристичний методи та практичні методи навчання.

8. Методи контролю

Модульні контрольні роботи, опитування (поточний контроль), письмові експрес-опитування, контрольна робота, що виконується під час самостійної роботи студента, іспит (підсумковий контроль).

9. Критерії оцінювання та розподіл балів, які отримують студенти

9.1. Розподіл балів, які отримують студенти

Складові навчальної	Бали за одне за-	Кількість за-	Сумарна кільк-
---------------------	------------------	---------------	----------------

роботи	няття (завдання)	нять (завдань)	кість балів
Змістовний модуль 1			
Виконання і захист практичних робіт	0...4	3	0...12
Змістовний модуль 2			
Виконання і захист лабораторних (практичних) робіт	0...4	7	0...28
Модульний контроль 1	0...20	1	0...20
Змістовний модуль 3			
Виконання і захист лабораторних (практичних) робіт	0...4	5	0...20
Модульний контроль 2	0...20	1	0...20
Усього за семестр			0...100

Семестровий контроль (іспит) проводиться у разі відмови студента від балів поточного тестування й за наявності допуску до іспиту. Під час складання семестрового іспиту студент має можливість отримати максимум 100 балів.

Білет для іспиту складається з 2 запитань (1 - зі змістовного модуля №1, 2 - зі змістовного модуля №2). Максимальна кількість балів за кожне питання – 50 балів (сума – 100 балів).

9.2. Якісні критерії оцінювання

Необхідний обсяг знань для одержання позитивної оцінки

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

- **знати :**
- базові поняття курсу;
- закони логічної побудови текстів усного та писемного мовлення; принципів та прийомів аргументації;
- основні прийомів та технології у конкретних напрямках та специфічних видах спічрайтингу та копірайтингу;
- види рекламних та PR-текстів, класифікації жанрів рекламних звернень, критерії вибору рекламних жанрів; типи аргументів у рекламі,
- прийоми посилення аргументації; типові засоби, що стимулюють
- читабельність та запам'ятовуваність текстів.

уміти:

логічно правильно, аргументовано будувати усне і писемне мовлення; створювати тексти та документи, що використовуються в документно-інформаційних комунікаціях;

здійснювати літературне редагування, копірайтинг;

визначати мету, призначення та функції написання тексту, рекламну концепцію повідомлення;

розробляти стратегію рекламного тексту, його креативну ідею;
 застосовувати типові алгоритми створення неймів,
 слоганів, рекламних заголовків, основного рекламного тексту;
 використовувати прийоми вербального впливу в рекламі;
 створювати рекламні та PR-тексти різних жанрів; добирати засоби візуалізації рекламних звернень,
 розробляти дизайн рекламних і PR-матеріалів; створювати комерційні, агітаційні, презентаційні тексти для публікації та публічного виступу.

9.3 Критерії оцінювання роботи студента протягом семестру

Задовільно (60-74). Показати в цілому знання теми, відповісти на основні питання в обсязі програми, здатність застосовувати свої теоретичні знання в рішенні завдань, але існують суттєві недоліки при відповіді на окремі питання. Знати сутність основних понять і термінів, зміст головних елементів спічрайтингу та копірайтингу.

Добре (75-89). Твердо знати мінімум, виконати самостійну роботу, написати модульні роботи. Знати мету спічрайтингу, його місце в структурі суспільства. Показати тверді знання теми, повно відповідати на питання в обсязі програми, показати здатність застосовувати свої теоретичні знання у вирішенні завдань, мають місце деякі помилки не принципового характеру.

Відмінно (90-100). Повно знати основний та додатковий матеріал. Написати модульні роботи. Орієнтуватися в підручниках та посібниках. Теоретично правильні та вичерпні відповіді на поставлені питання. Усебічне, системне знання програмного матеріалу, засвоєння основної і додаткової літератури, уміння використовувати теорію і методологію в на практиці, під час аналізу систем спічрайтингу і копірайтингу.

Шкала оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів	Оцінка за традиційною шкалою	
	Іспит, диференційований залік	Залік
90 – 100	Відмінно	Зараховано
75 – 89	Добре	
60 – 74	Задовільно	
0 – 59	Незадовільно	Не зараховано

10. Методичне забезпечення

- Документно-інформаційне забезпечення сучасної професійної комунікації / А. Є. Прилуцька, О. О. Карпенко, Н. І. Парафійник, О. В. Медведь ; під загал. ред. А. Є. Прилуцької. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2016. – 463 с.
- Електронний ресурс, на якому розміщено навчально-методичний комплекс дисципліни: Навчально-методичне забезпечення дисципліни " Риторика" для бакалаврів / Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського "Харків. авіац. ін-т" ; розроб. Т. В. Фунікова. - Харків, 2019. - 155 с. - <http://library.khai.edu/library/fulltexts/doc/Ritorika.pdf>

11. Рекомендована література

Базова

1. Кацавець Р.С. Ораторське мистецтво: підручник / Р. С. Кацавець. – 2-ге вид., доповн. – К.: Алерта, 2018. – 216 с. <http://www.alerta.kiev.ua>
2. . Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе: Основы графического проектирования: учеб.пособие / Р.Ю. Овчинникова - М.: Юнити-Дана, 2012.- 239с.
3. Ораторське мистецтво : підручник / М. П. Требін, Г. П. Клімова, Н. П. Осипова та ін. ; за ред. М. П. Требіна і Г. П. Клімової. – 2-ге вид. – Х. : Право, 2015. – 208 с.
4. . Ораторське мистецтво: навч.-метод. посіб. / авт.-уклад. : І. М. Плотницька, О. П. Левченко, З. Ф. Кудрявцева та ін. ; за ред. І. М. Плотницької, О. П. Левченко. – 2-ге вид., стер. – К. : НАДУ, 2011. – 128 с.
5. Прокопчук Л.В. Риторика. Модульний курс: навч. посіб./ Л.В.Прокопчук. – Вінниця: Нілан-ЛТД, 2017. – 206с.
6. Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К.Ісаєнко, А.В.Лисенко). – Полтава: ПолтНТУ, 2019. –247с.

Допоміжна

1. Трухімович С.В. Реклама. Конспект копірайтера / С.В. Трухімович Львів: ЛА «Піраміда», 2009.- 96с.: іл. Режим доступу: http://cresco.com.ua/wpcontent/uploads/Demoversia_konspekty_kopirajtera2012-new.pdf
2. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Элис Туэмлоу / Пер. с англ. К. Крутских. – М. : ООО «Издательство Астрель», 2006. – 256 с., илл.
3. Шевченко Вікторія. Дизайн реклами як вид художнього проектування : текст лекцій / електронний варіант / В. Шевченко – К. : Інститут журналістики, 2011. – 60 с.
4. Шевченко Вікторія. Принципи дизайну реклами : тексти лекцій/ електронний варіант / В. Шевченко – К. : Інститут журналістики, 2011. – 52 с.

12. Інформаційні ресурси

1. Почепцов Г. Агенти впливу й тексти впливу [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8505>.
2. Почепцов Г. Спічрайтер і його робота [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: [http:// osvita.mediasapiens.ua/material/4079](http://osvita.mediasapiens.ua/material/4079).
3. Пронин С. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе / С. Пронин. – М. : Бератор, 2004. – 168 с. // Режим доступу: http://www.prodesign.ru/publish/book_2.pdf