

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан факультету економіки
та управління

Андрій КОЦУР
2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з науково-
педагогічної роботи

Віктор ОСТРОВЕРХОВ
2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчально-
методичної роботи

Святослав ПИТЕЛЬ
2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни "КОПІРАЙТІНГ"

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Галузь знань 07 "Управління та адміністрування"
Спеціальність 075 "Маркетинг"

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кафедра маркетингу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)
Денна	3	5	32	14	3	6	95	150	5
Заочна	3	5	8	4			138	150	6

30.08.2024
Chel.

Тернопіль – ЗУНУ
2024

Робочу програму склала

к.е.н, доц.



Світлана ХРУПОВИЧ

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу,
протокол № 1 від 28 серпня 2024 р.

Завідувач кафедри д.е.н., професор



Тетяна БОРИСОВА

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності «Маркетинг»
протокол № 2 від 30 серпня 2024 р.

Голова групи
забезпечення спеціальності



Тетяна БОРИСОВА

Гарант ОП



Людмила ГАЛЬКО

**СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
“КОПІРАЙТИНГ”**

1. Опис дисципліни “Копірайтинг”

Дисципліна «Копірайтинг»	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 07 „Управління та адміністрування”	Статус дисципліни Дисципліна вільного вибору Мова навчання українська
Кількість залікових модулів - 3	Спеціальність 075 “Маркетинг”	Рік підготовки: <i>Денна</i> – 3 <i>Заочна</i> – 3 Семестр: <i>Денна</i> – 5 <i>Заочна</i> – 5
Кількість змістових модулів - 2	Ступінь вищої освіти - бакалавр	Лекції: <i>Денна</i> – 32 год. <i>Заочна</i> – 8 год. Практичні заняття: <i>Денна</i> – 14 год. <i>Заочна</i> – 4 год.
Загальна кількість годин - 150		Самостійна робота (в т.ч. дуальна освіта): <i>Денна</i> – 95 год. <i>Заочна</i> – 138 год. Тренінг: <i>Денна</i> – 6 год. <i>Заочна</i> – 0 год. Індивідуальна робота: <i>Денна</i> – 3 год. <i>Заочна</i> – 0 год.
Тижневих годин: – 9 год., з них аудиторних 3 год., самост. – 6 год.		Вид підсумкового контролю <i>Денна</i> – залік <i>Заочна</i> – залік

2. Мета і завдання дисципліни “Копірайтинг”

2.1. Мета вивчення дисципліни

Дисципліна “*Копірайтинг*” - це курс з максимальним нахилом на практичне опрацювання матеріалу. Метою освоєння курсу є вивчення студентами теоретичних і прикладних підходів до підготовки рекламних тестів, використання креативних рішень в просуванні, створення ефективного контенту, який продає. Навики, отримані під час вивчення дисципліни дозволяють скласти портрет цільової аудиторії споживача, аналізувати конкурентів, писати правильні сценарії для відеореклами, публічних виступів та використовувати сторітелінг.

2.2. Завдання вивчення дисципліни:

В межах курсу студенти ознайомлюються із методикою створення контенту для соціальних мереж, сайтів, відео, і за бажанням, контенту для просування політичного продукту. Отримують практичні рекомендації щодо подання тексту у різних форматах. Результат курсу: створити контент, який продає (або інший очікуваний результат) і поширити його на платформах соціальних медіа за вибором студента.

2.3. Найменування та опис навичок, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни:

Формування soft skills

Комунікаційні навички. Здатність до ефективного комунікування та до представлення складної комплексної інформації у стислій формі усно та письмово, використовуючи інформаційно - комунікаційні технології та відповідні професійні терміни.

Гнучкість мислення. Набуття гнучкого мислення, відкритість до застосування економічних знань та компетентностей в широкому діапазоні можливих місць роботи та повсякденному житті.

Групова робота. Здатність виконувати практичні завдання в групі під керівництвом лідера; навички, що демонструють здатність до врахування умов завдання, планування та управління часом.

3. Програма навчальної дисципліни:

“ Копірайтинг ”

Змістовий модуль 1. Методи копірайтингу при психологічному впливі на клієнта

ТЕМА 1. Копірайтинг і рерайтинг

Види копірайтингу і основні його тренди.
Види контенту для позиціонування товару, послуг, політичного продукту.
Етика рекламного контенту в умовах військового стану.
Основні способи рерайтингу: синоніми, переведення прямої мови у непряму, паралельні конструкції, переписування по пам'яті.
Фріланс: рерайтинг і копірайтинг статей

ТЕМА 2. Робота над текстом, який продає

Воронка копірайтингу.
Методика моделювання портрету цільової аудиторії ЦА та її використання у бізнесовій сфері, портрет клієнта.
Способи і методи вивчення конкурентів.
Методика розробки унікальної торгової пропозиції УТП.
Методика розробки УТП відштовхуючись від конкурентів і позиціонування фірми на ринку.

ТЕМА 3. Методи психологічного впливу на клієнта

Принципи, якими користується споживач при виборі товарів, послуг (за необхідності розглянемо і політичний продукт)

Тригери (спускові гачки) психологічного впливу для:

- збільшення конверсії сайту;
- підвищення продажів;
- прискорення купівельного циклу;
- програмування поведінки споживачів;
- здійснення клієнтом цільових дій

Знати найбільш ефективні тригери, які збільшують конверсію сайту:

- дефіцит часу;
- обмежена пропозиція;
- реальні відгуки;
- використання страхів;
- крос-маркетинг

Тексти, голос звернення для більшої охопленості аудиторії при зборі донатів для потреб військових

ТЕМА 4. Побудова контент-стратегії

Вміння писати заголовки.

Вміння писати початок тексту таким чином, щоб «вести» клієнта.

Принципи копірайтингу вигідних пропозицій.

Уміння письмово доказати цінність пропозиції.

Змістовий модуль 2. Інструменти і технології копірайтингу в мережі Інтернет та публічній іншій комунікації

ТЕМА 5 SEO копірайтинг. Email-копірайтинг

Вибір ключових слів у пошуковій оптимізації сайту.

Копірайтинг для SEO просування сайту.

Правила використання ключових слів для підняття позиції сайту у пошукових системах.

Формати Email листів, воронка Email копірайтингу (як зробити, що б лист відкрили, як зробити, щоб лист почали читати, як зробити, щоб клієнт здійснив цільову дію)

ТЕМА 6 Сторітелінг

Завдання сторітелінгу, як окремого способу подання інформації.

Інструменти сторітелінгу: сюжет і наратив.

Етапи створення історії, яка продає: причина, головні герої, описуване місце, кульмінація, висновок.

Вміння створити відгук клієнта через сторітелінг.

Вміння писати наративи для просування політичних продуктів та оголошень про збір на потреби військових (за бажанням студентів).

ТЕМА 7 Сценарій для відеореклами та блогерів

Метод «Дизайн мислення» для розуміння потреб споживачів.

Навики роботи копірайтера без повторюваності і плагіату.

Навики пошуку Інсайту для сюжетів.

Практика у генеруванні ідей та пошуку креативу.

Знайомство із Розкадруванням та Аніматикою.

Навики використання сторітелінг в рекламі. Протагоніст і антагоніст в сценарії реклами.

Вміння визначати основні види цілей у героя сценарію (любов, успіх, гроші, спасіння. помста).

Практика у написанні сценарію для блогерів (зав'язка, кульмінація і розв'язка)

Вибір фінального плану для кращого ракурсу продукту чи послуги

ТЕМА 8 Тексти для спічрайтингу і публічних виступів

Вміння будувати структуру тексту для публічного виступу.

Поширені помилки при написанні текстів для публічних виступів.

Вміння писати тексти політичних виступів та іншої PR роботи.

Методика оцінки аудиторії.

Методи управління аудиторією, на яку спрямовано текст спічрайтингу.

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни “ Копірайтинг ”
(денна форма навчання)**

	<i>Кількість годин</i>					
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивід. робота	Тренінг, КПЗ	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Методи копірайтингу при психологічному впливі на клієнта						
ТЕМА 1. Копірайтинг і рерайтинг	4	2	12	1	2	Ділові ігри, завдання із написання текстів
ТЕМА 2. Робота над текстом, який продає	4	2	12			
ТЕМА 3. Методи психологічного впливу на клієнта	4	2	12			
ТЕМА 4. Побудова контент-стратегії	4	2	11			
Змістовий модуль 2. Інструменти і техніки розвитку креативних навичок						
ТЕМА 5 SEO копірайтинг. Email-копірайтинг	4	2	12	2	4	Ділові ігри, завдання із написання текстів
ТЕМА 6 Сторітелінг	4	2	12			
ТЕМА 7 Сценарій для відеореклами та блогерів	4	2	12			
ТЕМА 8 Тексти для спічрайтингу і публічних виступів	4		12			
Разом	32	14	95	3	6	

(заочна форма навчання)

	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
ТЕМА 1. Копірайтинг і рерайтинг	2	2	18
ТЕМА 2. Робота над текстом, який продає			18
ТЕМА 3. Методи психологічного впливу на клієнта			18
ТЕМА 4. Побудова контент-стратегії			18
ТЕМА 5 SEO копірайтинг. Email-копірайтинг	2	2	18
ТЕМА 6 Сторітелінг	2		16
ТЕМА 7 Сценарій для відеореклами та блогерів	2		16
ТЕМА 8 Тексти для спічрайтингу і публічних виступів	2		16
Разом	8	4	138

5. Тематика практичних занять

Практичне заняття 1

Тема 1: Копірайтинг і рерайтинг

Мета: Ознайомитися із методами копірайтингу і рерайтингу

Завдання для практичного виконання:

Дискусія

Обговорення видів копірайтингу для різних бізнесів і проектів.

Бізнес-симуляція

Знайомство із біржею копірайтингу і рерайтингу: виконання пробних робіт за оголошеннями.

Практичне заняття 2

Тема 2: Робота над текстом, який продає

Мета: Ознайомитися з принципами роботи над текстом, який продає

Завдання для практичного виконання:

Кейс метод

Вирішення прикладних кейсів з визначення виду копірайтингу на кожному етапі воронки продаж.

Індивідуальна робота + менторство керівника курсу

Кожному студенту підготувати портрет клієнта для бізнесу, чи проекту.

Мозковий штурм для побудови УТП за завданнями по групах до 8 студентів

Практичне заняття 3

Тема 3: Методи психологічного впливу на клієнта

Мета: Практикувати методи психологічного впливу на клієнта

Завдання для практичного виконання:

Бізнес-симуляція

Визначити «гачки впливу», які підходять клієнту залежно від заданої ситуації при побудові тексту.

Мозковий штурм для вибору популярних тригерів для тексту, переговорів, побуту.

Практичне заняття 4

Тема 4: Побудова контент-стратегії

Мета: Навчитися будувати контент стратегію

Завдання для практичного виконання:

Індивідуальна робота + менторство керівника курсу

Скласти план тексту, який продає по схемі для кожного студента.

Практичне заняття 5

Тема 5: SEO копірайтинг. Email-копірайтинг

Мета: Тренувати навички SEO копірайтингу та Email-копірайтингу

Завдання для практичного виконання:

Індивідуальна робота + менторство керівника курсу

Індивідуально підібрати ключові фрази, здійснити SEO перевірку на водянистість тексту.

Мозковий штурм

Скласти фрази, які продають з простими і складними ключами

Індивідуальна робота + менторство керівника курсу

Написати Email лист під конкретне завдання

Практичне заняття 6

Тема 6: Сторітелінг

Мета: Практикувати написання історій, які підтримують продажі

Завдання для практичного виконання:

Індивідуальна робота + менторство керівника курсу

Написати відгук за допомогою сторітелінгу для сайту, інтернет-магазину за побажанням студентів.

Студентам опублікувати пост у соціальних мережах через сторітелінг з їх досвіду, як клієнтів.

Написати інформаційну статтю у вигляді інструкції, де досвід співпраці з клієнтом ставиться за приклад.

Описати проблемну ситуацію через сторітелінг, де би продукт дозволив її вирішити.

Практичне заняття 7

Тема: Сценарій для відеореклами та блогерів

Мета: навчитися творити ефективні сценарії для відеореклами і блогерства

Завдання для практичного виконання:

Робота в групах

Написати **сценарій блогу** на задану тему: «Що буде, якщо.....»

Зняти за допомогою спеціального обладнання **рекламний ролик** освітніх послуг і розмістити на **YOU Tube** каналі кафедри маркетингу, чи на інших платформах для розміщення відеоконтенту

Тема: Тексти для спічрайтингу і публічних виступів

Мета: Навчитися писати ефективні тексти для спічрайтингу і публічних виступів

Завдання для практичного виконання:

Кейс метод. Тренінг

Подивитися на YOU Tube

промову Марка Цукерберга в Гарварді

Виписати найбільш мотивуючі цитати для себе. Вони, мабуть, будуть у всіх різних.

Написати власний мотивуючий виступ (5 хвилин) станом на сьогодні на тему:

«Зараз наша черга робити великі справи.

То чого ж ми чекаємо?»

Постарайтеся під час виступу слідувати за реакцією групи, тобто вашої аудиторії під час публічного виступу

Імітація брейнштормінгу В режимі реального часу на тему «Проблеми вибору споживацької аудиторії покоління Z»

6. Самостійна робота

№ п/п	Тематика	Максимальна кількість балів за проект
1.	Тема 1. Копірайтинг і рерайтинг Подивитися британсько-польський перший в світі повнометражний анімаційний фільм <i>Ван Гог. З любов'ю Вінсент</i> , 2017 рік https://www.youtube.com/watch?v=jruelN0e1fM . Прочитайте відгуки на цей фільм Напишіть свій власний відгук, тобто зробіть рерайтинг відгуків	100
2.	Тема 2. Робота над текстом, який продає Читати книгу. Каплунов Денис. Нейрокопірайтинг. Харків : Вид-во «Ранок» Фабула, 2019. 352 с. Зробити короткий конспект рекомендацій автора для власного копірайтингу	100
3.	Тема 3. Методи психологічного впливу на клієнта Подивитися фільм «Соціальна мережа», 2010 рік, режиссер Девід Фінчер https://uakino.club/film/genre_drama/117-socjalna-merezha.html Серіал «Міліарди»	100
4.	Тема 4. Побудова контент-стратегії Читати книгу. Каплунов Денис. Нейрокопірайтинг. Харків : Вид-во «Ранок» Фабула, 2019. 352 с. Зробити короткий конспект рекомендацій автора для власного копірайтингу	100

5.	Тема 5. SEO копірайтинг. Email-копірайтинг Проглянути сайти відомих компаній, звернути увагу на тексти і креативні гачки, які «затягують» клієнта на сайт	100
6.	Тема 6. Сторітелінг Подивитися промову Марка Цукерберга в Гарварді https://www.youtube.com/watch?v=A8_Sg3QheNQ Написати есе-рефлексію (до 500 слів) на цю промову, зробити власні висновки	100
7.	Тема 7. : Сценарій для відеореклами та блогерів Переглянути ютуб канали відомих блогерів і проаналізувати їх контентні рубрики	100
8.	Тема 8. Тексти для спічрайтингу і публічних виступів Перегляд успішні публічні виступи та здійснити їх аналіз (переваги/ недоліки)	100

7. Тренінг з дисципліни

Навчитися користуватися обладнанням Лабораторії нейродосліджень і реклами зі створення відеоконтенту для ютубканалів.

Смартфон (власні кожного студента)

Ноутбук, персональні комп'ютери

Цифрова відеокамера (1)

Навушники (6)

Мікрофон

Диктофон

Монопод, штатив-селфі для смартфонів і екшн камер YUNTENG 9928 (4)

Стабілізатор Zhiyun Smooth 4 для телефона і екшн камер

Сферична екшн камера Самсунг ()

Штатив Velbon EX 440

Призначено для зйомок відеореклами, відеоблогів, інтерв'ю та фотографій

Нейрообладнання

EEG для вимірювання електричної активності мозку респондента (2)

Eye-tracker для дослідження групової та індивідуальної поведінки споживача (8)



КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ЗУНУ

DWS
Настро

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У навчальному процесі застосовуються: лекції, в тому числі з використанням проектора та інших ТЗН; практичні заняття; індивідуальні заняття; виконання розрахунково-графічних завдань під керівництвом викладача та самостійно.

В процесі вивчення дисципліни “Копірайтинг” використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100-бальною шкалою:

- поточне опитування;
- індивідуальні і групові завдання кожної теми;
- модульний контроль;
- самостійна робота, її перевірка;
- оцінювання роботи на тренінгу;
- залік.

9. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “Копірайтинг” визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту

Заліковий модуль 1		Заліковий модуль 2	Модуль 3
40%		5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 1-7 (кожен здобувач оцінується не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за темами 1-8. У позааудиторний час.	Оцінка, отримана під час тренінгу за виконання завдання тренінгу щодо навиків практичного використання обладнання спеціалізованого класу.	Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час вивчення дисципліни за самостійну роботу, відповідно до виконаних завдань розділу 6.

Шкала оцінювання:

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	відмінно	A (відмінно)
85–89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов’язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

У процесі вивчення дисципліни «Копірайтинг» студенти користуються обладнанням та інструментами лабораторії нейромаркетингу та реклами ЗУНУ, а саме: проектор, автономна акустика TS SL-1230, акустична система F@D, фотоворота студійні (3 кріплення і фотофони-2 шт), диктофон ZOOM H1, екран проєкційний ELITE SCREENS, калькулятор Сітізен, камера-екшн Insta360 Air, камера Logitech, комутатор мережевий D-Link 1005, монопод для камери, плакат-банер інформаційний, стабілізатор Zhiyus Smooth4, фліпчарт Axent, фотоапарат Canon, фотобокс з під світлою Visico, штатив Velbon, мікрофон петличний, набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона, навушники, EyeTracker, EEG, графічний планшет, маркери, папір.

Навчальна дисципліна передбачає використання такого програмного забезпечення, онлайн-сервісів та онлайн-мереж:

1. NeuroLab;
2. SendPulse;
3. Facebook
4. Instagram

Всі матеріали дисципліни «Копірайтинг» завантажено на платформу дистанційного навчання MOODLE ЗУНУ, в т.ч. електронний варіант лекцій та методичні вказівки щодо виконання самостійної роботи (електронний варіант).

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Каплунов Денис. Нейрокопірайтинг. Харків : Вид-во «Ранок» Фабула, 2021. 352 с.
2. Роберт Мак-Кі, Томас Джеріс. Сторіноміка. Маркетинг у пострекламну епоху. Харків: Віват, 2020. 236 с.
3. Філіп Котлер. Мркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : Видавнича група КМ-БУКС, 2022. 208 с.
4. Раян Голідей. Маркетинг майбутнього. Як гроузахакери змінюють правила гри. Київ: Наш формат. 2018. 104 с.
5. Почепцов Г.Г. Гламур 2.0: Телесериалы, маскульт и соцмедиа как создатели виртуальной реальности. Хариков : Фолио, 2020. 410 с.
6. Річард Талер, Кас Санстейн. Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір. Київ : Наш формат, 2022. 312 с.