



Приватний вищий навчальний заклад
**ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ І
ПІДПРИЄМНИЦТВА**

АНОТАЦІЯ ДО ВИБІРКОВОЇ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ «КОПРАЙТИНГ»

Статус: Дисципліна вільного вибору здобувача

Обсяг дисципліни: 3 кредити ECTS; 90 годин

Пререквізити: «Контент-менеджмент та PR»

Пореквізити: «Рекламний менеджмент»; «Маркетингові комунікації»

Зростаюча конкуренція серед виробників актуалізує проблему використання рекламних технологій для успішного продажу продукту, що створюється. Однією з ефективних технологій, що дозволяють вирішувати зазначену проблему, є копірайтинг як мистецтво створення рекламних текстів, затребуваний у 2 фахівців як гуманітарних, так і технічних спеціальностей.

Мета дисципліни. Формування у здобувачів сучасного мислення щодо професійної діяльності у сфері написання рекламних та презентаційних текстів, усвідомлення останніх як чинників комунікаційного характеру, інструментів професійної комунікації в інформаційному суспільстві, що передбачає культурну і міжкультурну взаємодію, оскільки під час створення рекламного тексту необхідно враховувати специфіку цільової аудиторії, якій адресовано рекламне повідомлення; набуття теоретичних знань і практичних навичок з написання рекламних та презентаційних текстів; набуття вмінь та формування компетенцій, необхідних для виконання функцій сучасного фахівця з реклами та зв'язків із громадськістю.

Навчальною дисципліною передбачено оволодіння здобувачами спеціальними знаннями з написання та стилістичного оформлення рекламних та PR-текстів, набуття здатності правильно й ефективно застосовувати їх у процесі осмислення особливостей рекламної та PR -діяльності та модифікувати при створенні різних форм та видів сучасного рекламного та PR -продукту. Відповідно, завданнями курсу є сприяння розумінню й засвоєнню здобувачами основних вимог щодо підготовки та створення рекламних і PR -текстів, набуття знань про особливості вербального впливу на цільову аудиторію, форми та способи творення ефективного рекламного тексту.

Навчальна дисципліна скерована на оволодіння навичками цілісного підходу до проблеми ефективного просування створеного медійного продукту на основі аналізу й критичного осмислення значення та можливостей

рекламних та PR -текстів; на формування здатності інтерпретувати цінність вимовленого й написаного слова, поєднувати вербальний та візуальний контент, що є способом впливу на споживача, створювати й оцінювати власні рекламні матеріали щодо ефективного контентного наповнення, враховуючи необхідність дотримання лексико-стилістичних та орфографічних норм.

Завдання навчальної дисципліни:

- сформувати і розвинути навички створення креативних концепцій, написання різних видів текстової продукції, аналізувати мовностилістичні засоби і стилістичні прийоми текстів та використовувати їх у власній практиці.

Основні результати навчання:

1. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення.
2. Критично оцінювати, редагувати авторські матеріали з метою ефективного впливу на масову аудиторію.
3. Забезпечувати громадськість якісною щодо змісту, форми та впливу масмедійною продукцією.

Кафедра: соціально-гуманітарних дисциплін

Мова викладання: українська

Форми організації навчального процесу: лекції, семінарські та практичні заняття.

Форма підсумкового контролю: залік