



**Миколаївська філія Київського національного
університету культури і мистецтв**



КАФЕДРА КУЛЬТУРОЛОГІЇ

**Методичні рекомендації для самостійної роботи
з навчальної дисципліни «Спічрайтинг»
для студентів 3 курсу спеціальності «Культурологія»**

Миколаїв, 2021

Методичні рекомендації для самостійної роботи з навчальної дисципліни «Спічрайтинг» для студентів 3 курсу спеціальності «Культурологія» / Доній В.С.– Миколаїв: ВП «МФ КНУКіМ», 2021. – 12 с.

Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри культурології від 26 вересня 2021 року, протокол № 11.

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| Пояснювальна записка | 4 |
| Методика організації самостійної роботи студентів | 7 |
| Завдання до самостійної роботи студентів | 8 |
| Рекомендована література | 10 |

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальна дисципліна «Спічрайтинг» є освітньою компонентою професійної та практичної підготовки навчального плану, що дає можливість створити індивідуальну освітню траєкторію.

Під час вивчення курсу визначається місце спічрайтингу серед інших навчальних дисциплін та галузей знань, аналізуються функції спічрайтингу та вчення про нього.

Мета: вивчення принципів, базових методів і технологій копірайтингу та спічрайтингу, ознайомлення із техніками та вимогами написання текстів різних жанрів та видів.

Завдання курсу:

- вивчити та засвоїти практичні навички роботи копірайтера та спічрайтера;
- ознайомити зі структурою, складом і побудовою рекламного тексту;
- сформуванню вміння створення якісних рекламних текстів;
- сформуванню вміння створення якісних текстів публічних виступів;
- ознайомити з основними принципами формування структури тексту.

Предметом дисципліни є текст та технології створення тексту.

Обсяг навчальної дисципліни

| Кількість кредитів | Загальна кількість годин | Аудиторних годин | Самостійної роботи студента | Вид підсумкового контролю |
|---------------------------|---------------------------------|-------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| 3 | 90 | 30 | 60 | залік |

Тематичний план навчальної дисципліни

| Назва теми, опис теми, завдання для самостійної роботи | К-сть годин | Вид навчальної | Форми і методи навчання |
|---|--------------------|-----------------------|--------------------------------|
|---|--------------------|-----------------------|--------------------------------|

| | н | діяльнос ті | |
|---|----------|------------------------|---|
| <p><i>ТЕМА 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності.</i></p> <p>Психологічні та соціопсихологічні основи сприйняття читачем текстового та графічного повідомлення. Копірайтинг як вид фахової діяльності. Вербальна комунікація у рекламі. Психологічні та соціопсихологічні основи сприйняття читачем текстового та графічного повідомлення. Історія виникнення копірайтингу. Копірайтинг як вид фахової діяльності.</p> | 8 | самостійна | Самостійна робота: опрацювання навчально-методичної літератури: конспектування, тезування. |
| <p><i>ТЕМА 2. Види та специфікації копірайтингу та спічрайтингу.</i></p> <p>Види копірайтингу залежно від цілей. Основні види копірайтингу: Неймінг, брендинг; рерайтинг; SEOкопірайтинг; Пресс-релізи, анкор, редагування вихідного текстового матеріалу; спічрайтинг. Основні вимоги та характеристики неймінгу. Види та класифікація неймів. Рерайтинг як вид копірайтингу.</p> | 8 | самостійна | Самостійна робота: опрацювання навчально-методичної літератури: конспектування, тезування. |
| <p><i>ТЕМА 3. Структура рекламного повідомлення.</i></p> <p>Критерії, яким має відповідати рекламний текст. Слоган. Девіз.Класифікація слоганів. Заголовок, підзаголовок у структурі рекламного повідомлення. Групи заголовків.</p> | 8 | самостійна | Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування. |

| | | | |
|--|----|------------|--|
| <p><i>ТЕМА 4. Підготовка тексту.</i></p> <p>Традиційна композиція оголошення: Слоган (заклик/лозунг). Зачин (зав'язка). Основний текст (інформаційний блок). Додаткова інформація. Заклики. Ключові слова. Ехо-фраза. Легенда.Сторітеллінг.</p> | 12 | самостійна | Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування. |
| <p><i>ТЕМА 5. Створення іміджевої статті</i></p> <p>Іміджева стаття як частина кампанії зі зв'язків з громадськістю. Візуальні складові іміджевої статті. Види іміджевих статей. Інтерв'ю. Види та моделі створення статті-інтерв'ю. Авторська, цікава стаття. Стаття-анонс. Байлайнер (або стаття першої особи організації). Моделі побудови іміджевої статті. Сюжет, композиція, план основного тексту статті. Рекомендації з написання статті. Правила використання цитат у статті.</p> | 8 | самостійна | Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування; вирішення ситуаційних завдань. |
| <p><i>ТЕМА 6. Створення ділових листів, рерайтинг текстів.</i></p> <p>Написання ділових листів. Види ділових листів. Вимоги до ділового листа. Структура ділового листа. Норми ділового етикету при написання листа. Запрошення. Структура та вимоги до запрошення. Рерайт тексту. Види рерайту. Основні вимоги до рерайту тексту. Основні техніки рерайту.</p> | 8 | самостійна | Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування); індивідуальні завдання. |
| <p><i>ТЕМА 7. Копірайтинг в мережі Інтернет. SEO-копірайтинг</i></p> <p>Правила написання текстів для мережі Інтернет. Різновиди текстів для мережі Інтернет. Види SEO-копірайтингу. Пошуковий копірайтинг. Характеристики ефективного</p> | 8 | самостійна | Самостійна робота: з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, рецензування. |

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>тексту для веб-сайту. Динамічний контент веб-сайту. Приваблення споживачів через текст. Оптимізація та просування вебсайту через контент.</p> | | | |
|--|--|--|--|

МЕТОДИКА ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Сутність, значення і основні завдання самостійної роботи. Види самостійних робіт. Вимоги до організації самостійної роботи.

Самостійна робота студента (СРС) - це форма організації навчального процесу, при якій заплановані завдання виконуються студентом під методичним керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі та має становити не менше 50% часу, передбаченого для виконання основної освітньої програми, з урахування рекомендацій Міністерства освіти і науки України щодо кількості годин аудиторних занять на тиждень (не менше 1/3 і не більше 2/3 загального обсягу навчального часу, відведеного для вивчення конкретної дисципліни). СРС є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом під час позааудиторної навчальної роботи.

Метою СРС є засвоєння в повному обсязі навчальної програми та послідовне формування самостійності як риси характеру, що відіграє суттєву роль у формуванні сучасної моделі фахівця вищої кваліфікації, **для освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр:**

а) систематичність та активність роботи на семінарських (практичних, лабораторних) заняттях;

б) виконання завдань для самостійного опрацювання;

в) виконання модульних (контрольних) завдань;

ЗАВДАННЯ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

ТЕМА 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності.

1. Обґрунтуйте психологічні та соціопсихологічні основи сприйняття читачем текстового та графічного повідомлення.
2. Визначте роль вербальної комунікації у рекламі. наведіть приклади.
3. Підготуйте повідомлення на тему «З історії виникнення копірайтингу».

ТЕМА 2. Види та специфікації копірайтингу та спічрайтингу.

1. Охарактеризуйте види копірайтингу залежно від цілей.
2. Проілюструйте неймінг, брендинг; рерайтинг; SEOкопірайтинг конкретними прикладами (не менше 5 до кожного виду);
3. Охарактеризуйте основні вимоги до написання пресс-релізу.
4. Підібрати назву івент-агенції, використовуючи різні способи неймінгу.

ТЕМА 3. Структура рекламного повідомлення.

1. Визначте критерії, яким має відповідати рекламний текст.
2. Охарактеризуйте особливості написання слогану, девізу.
3. Утворіть таблицю «Класифікація слоганів».
4. Напишіть слоган (кілька варіантів) для івент-агенції.
5. Охарактеризуйте написання заголовку, підзаголовку структурі рекламного повідомлення.

ТЕМА 4. Підготовка тексту.

1. Назвіть основні компоненти оголошення, охарактеризуйте їх.
2. Охарактеризуйте основні етапи підготовки тексту.
3. Напишіть текст, детально виокремивши усі його компоненти.

ТЕМА 5. Створення іміджевої статті

1. Зазначте особливості іміджевої статті.
2. Скориставшись інтернет-ресурсами, оберіть статтю та виокремте візуальні складові іміджевої статті.
3. Охарактеризуйте традиційну модель створення статті-інтерв'ю.
4. Напишіть іміджеву статтю.

ТЕМА 6. Створення ділових листів, рерайтинг текстів.

1. Охарактеризуйте етапи підготовки та написання ділових листів.
2. Вимоги до ділового листа.
3. Структура ділового листа.
4. Норми ділового етикету при написання листа.
5. Напишіть діловий лист, запрошення.

ТЕМА 7. Копірайтинг в мережі Інтернет. SEO-копірайтинг

1. Опрацювавши тему, укладіть правила написання текстів для мережі Інтернет.
2. Охарактеризуйте різновиди текстів для мережі Інтернет.
3. Вкажіть види SEO-копірайтингу, створіть таблицю.
4. Запропонуйте власні рекомендації для створення привабливого контенту. Обґрунтуйте свою думку.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Граб С. Від зелотства до іродіанства? Чи Як нам організувати інформаційний простір // Дзеркало тижня. – № 44. – 12 листопада 2005 р. – С. 19.
2. Кривонос А. Д. PR-текст в системі публичних комунікацій / А. Д. Кривонос. – СПб., 2002.
3. Лисенко В. ЗМІ як приклад національної небезпеки // Персонал плюс. – 2004. – № 29. – С. 4.
4. Романенко О.Л. Сучасний стан інформаційного простору в Україні //Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – № 7. – С. 101-103.
5. Романенко Ю. В. Спічрайтинг / Ю. В. Романенко. – К., 2006.
6. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики): монографія [за ред. В. Різуна]. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2002. – 392 с.
7. Холод О. М. ЗМІ та імідж політиків: монографія [за ред. проф. В. В. Різуна]. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2004. – 342 с.
8. Холод О. М. Спічрайтинг : навч. посіб. / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2010. – 125 с.
9. Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М.С. Вершинин. – СПб, 2001.9
10. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и public relations. ПРОГРАММЫ-КОНСУЛЬТАНТЫ: 400 примеров, 200 учебных задач, 20 Практических приложений. / И.Л. Викентьев. – СПб., консалтинговая фирма «ТРИЗШАНС», «Изд. дом «Бизнес-Пресса, 2002.– 380 с.
11. Герасевич В.А. Блоги и RSS: интернет-технологии нового поколения / В.А. Герасевич. – СПб.: БХВПетербург, 2006.
12. Горкина М.Б., Мамонтов А.А. PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR / М.Б. Горкина, А.А. Мамонтов. – М.: Альпина Паблишерз, 2003. – 214 с.

- 13.Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз. 2-е издание. / Э. Грин. – СПб.: Издательский Дом “Нева”, 2004. – 256 с.
- 14.Капелюшний А.О. Практичний посібник-довідник журналіста. Редагування в ЗМІ. Аналіз і перевірка фактичного матеріалу / А.О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2004.
- 15.Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза.– М.: Алгоритм, 2000.
- 16.Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. – М.: Академический Проект, 2005.
- 17.Кошелюк М. Эффективное PR-мышление. Мастер класс для начинающих и профессионалов / М. Кошелюк. – М., Альпина бизнес-букс, 2008. – 224 с.
- 18.Лукашев А. В., Пониделко А. В. Черный PR как способ овладения властью, или Бомба для имиджмейкера. 3-е изд, испр. и доп. / А.В. Лукашев, А.В. Пониделко. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-Пресса», 2002. – 176 с.
- 19.Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике / В.Л. Музікант. – М.: Армадапресс, 2002. – 688 с.
- 20.Копірайтинг як інструмент написання ефективних текстів. <https://eba.com.ua/kopirajtyng-yak-instrument-napysannya-efektyvnyh-tekstiv/>
- 21.Рерайтинг и копірайтинг. <https://1ps.ru/blog/texts/2021/rerajting-i-kopirajting-zachem-platit-bolshe/>
- 22.Спічрайтинг як технологія політ консалтингу. <http://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/123858>.
- 23.Спічрайтинг: підготовка та написання колонок, промов, експертних коментарів. <https://exper.tips/yak-obraty-spichraitera/>
- 24.Что такое копирайтинг, рерайтинг, постинг, нейминг? <https://artjoker.ua/ru/blog/chto-takoe-kopyrayting-reraiting-posting-neyming/>