МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
імені адмірала Макарова

ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
(повна назва підрозділу)

КАФЕДРА ПЕРЕКЛАДУ
(повна назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖЕНО
Проректор із науково-
педагогічної роботи
_____ Сергій Слободян

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Program of the Discipline

КОПРАЙТИНГ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ
COPYWRITING OF ENGLISH TEXTS

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

тип дисципліни вибіркова

мова викладання англійська

Миколаїв – 2025

Робоча програма навчальної дисципліни «*Копірайтинг англомовних текстів*» скерована на підготовку фахівців усіх галузей знань усіх спеціальностей.

«28» лютого 2025 р. 16 с.

Розробник: *Солодка Анжеліка Костянтинівна, доктор педагогічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри перекладу*

Проєкт робочої програми навчальної дисципліни «*Копірайтинг англомовних текстів*» розглянуто на засіданні кафедри перекладу
Протокол № 2 від «28» лютого 2025 р.

В.О.завідувача кафедри *Анжеліка Солодка*

Проєкт робочої програми навчальної дисципліни «*Копірайтинг англомовних текстів*» розглянуто Науково-методичною комісією філологічного факультету
Протокол №3 від «11» березня 2025 р.

Голова *Лілія Рускуліс*

Проєкт робочої програми навчальної дисципліни «*Копірайтинг англомовних текстів*» погоджено з навчальним відділом

Начальник відділу *Андрій Лабарткава*

Робочу програму навчальної дисципліни «*Копірайтинг англомовних текстів*» затверджено Навчально-методичною радою НУК
Протокол №3 від «19» березня 2025 р.

Голова НМР НУК *Сергій Слободян*

© НУК, 2025
© Солодка А.К., 2025

ЗМІСТ

Вступ 4
1. Опис навчальної дисципліни..... 5
2. Мета вивчення навчальної дисципліни 6
3. Передумови для вивчення дисципліни 6
4. Очікувані результати навчання..... 6
5. Програма навчальної дисципліни 6
6. Методи навчання. Засоби діагностики результатів навчання та методів їхнього демонстрування..... 9
7. Форми поточного та підсумкового контролю……..10
8. Критерії оцінювання результатів навчання……..13
9. Засоби навчання……..14
10. Рекомендовані джерела інформації……15

ВСТУП

Анотація

Навчальна дисципліна «Копірайтинг англомовних текстів» скерована на здобуття студентами теоретичних знань і набуття практичних навичок розробки й оформлення текстів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю для досягнення максимального комунікаційного ефекту.

Змістові блоки навчальної дисципліни прислужаться студентам, які планують розпочати свою кар'єру у сфері реклами та зв'язків з громадськістю

Ключові слова: *копірайтинг, рекламні тексти, маркетингові стратегії, цільова аудиторія.*

Abstract

The academic discipline "Copywriting of English-language texts" is aimed at students acquiring theoretical knowledge and practical skills in developing and designing texts in the field of advertising and public relations to achieve maximum communication effect.

The content blocks of the academic discipline will be useful for students who plan to start their career in the field of advertising and public relations

Keywords: *copywriting, advertising texts, marketing strategies, target audience.*

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td>Кількість кредитів – 5</td><td rowspan="3">Усі галузі знань</td><td colspan="2">Вибіркова</td></tr>
<tr><td>Модулів – 1</td><td colspan="2">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Змістових модулів – 3</td><td>3-й</td><td>3-й</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Електронний адрес РПНД на сайті Університету

Індивідуальне науково-дослідне завдання
–

Загальна кількість годин –150</td><td rowspan="6">Усі спеціальності</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>6-й</td><td>6-й</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекцій</td></tr>
<tr><td>30 год.</td><td>12 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td>30 год.</td><td>0 год.</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 5;

самостійної роботи студента – 5</td><td rowspan="6">Освітній рівень:
перший (бакалаврський)</td><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td>0 год.</td><td>0 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>90 год.</td><td>138 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Індивідуальні завдання: 0 год.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю: залік</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма контролю: комбінована</td></tr>
</table>

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Копірайтинг англомовних текстів» полягає є засвоєння студентами теоретичних знань і набуття практичних навичок розробки й оформлення текстів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю для досягнення максимального комунікаційного ефекту.

Предметом навчальної дисципліни є теоретико-комунікативні та практичні основи процесу написання текстів для сфери реклами та зв'язків з громадськістю.

3. Передумови для вивчення дисципліни

Передумов вивчення курсу немає.

4. Очікувані результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни не передбачає формування та розвиток у студентів програмних результатів навчання через належність дисципліни до категорії вибіркових. Під час опанування матеріалами курсу студенти матимуть можливість: 1) ознайомитися з основами копірайтингу та маркетингових стратегій, різними стилями та жанрами рекламних текстів, з'ясувати їх характеристики та ефективні прийоми; 2) навчитися розробляти креативні маркетингові кампанії з використанням рекламних текстів для різних каналів та форматів, 3) розібратися з сучасними трендами та інструментами у сфері копірайтингу.

Після вивчення дисципліни студент повинен вміти: 1) проводити критичний аналіз власних та інших рекламних текстів для постійного вдосконалення; 2) проявляти креативність та ініціативу в розвитку своїх текстових маркетингових стратегій; 3) працювати у команді та співпрацювати з іншими спеціалістами у сфері маркетингу та реклами; 4) застосовувати різні стилі та жанри копірайтингу в залежності від завдань та цільової аудиторії; 5) аналізувати та оцінювати ефективність рекламних текстів, коригувати стратегії на основі отриманих даних; 6) розробляти та впроваджувати креативні рішення для створення оригінальних текстів англійською мовою.

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності

Змістовий модуль 1. Зарубіжний та вітчизняний копірайтинг. Основні етапи копірайтингу у рекламі та зв'язках з громадськістю

Тема 1. Сутність копірайтингу як вид професійної діяльності.

1. Види копірайтингу.
2. Різновиди копірайтерських послуг.
3. *Література* [1, с.5-21]; [2, с.21-32]; [3, с.15-32]; [4, с.25-44]; [7, с.6-22]; [12, с.10-15].

Тема 2. Основні правила копірайтингу.

1. Зарубіжний та вітчизняний досвід копірайтингу.
2. Фахові знання та особисті якості копірайтера.
4. *Література* [1, с.21-32]; [2, с.35-41]; [3, с.41-58]; [6, с.11-24]; [12, с.8-18]; [24, с.10-15]; [26, с.5-11].

Тема 3. Рекламний (PR) текст та рекламна (PR) стратегія.

1) Визначення рекламних (PR) цілей.
2) Раціоналістичні та проекційні (емоційні) типи творчих стратегій.
   Література [1, с.36-40]; [2, с.45-58]; [3, с.60-71]; [6, с.25-32]; [10, с.6-18]; [16, с.10-15];

Тема 4. Комунікаційна активність конкурентів.

1) Вибір ознак та властивостей товару (послуги) як об'єкту рекламування.
2) Вибір ознак та властивостей товару (послуги) як об'єкту рекламування.
3) Визначення цільової групи споживачів рекламованого товару чи послуги.

Література [1, с.42-57]; [2, с.60-71]; [3, с.72-80]; [6, с.35-50]; [10, с.20-32]; [16, с.18-31].

Змістовний модуль 2. Складові рекламного тексту

Тема 1. Функції рекламного заголовка.

1) Види рекламних заголовків.
2) Фактори вибору рекламних заголовків.

Література [1, с.58-70]; [2, с.73-82]; [3, с.81-98]; [6, с.52-67]; [10, с.33-41]; [16, с.32-46].

Тема 2. Стилі рекламного тексту.

1) Фактичний та емоційний підхід при написанні рекламних текстів.
2) Діалогічний, розповідний та метафоричний стилі рекламного тексту.

Література [1, с.72-80]; [2, с.83-92]; [3, с.100-123]; [15, с.26-34]; [20, с.33-52].

Змістовний модуль 3. Особливості написання текстів для різних видів реклами

Тема 1. Формати та жанри рекламних текстів.

1) Особливості написання текстів для друкованої реклами.
2) Формати та жанри друкованої реклами.

Література [1, с.82-102]; [2, с.93-101]; [3, с.124-132]; [25, с.26-42].

Тема 2. Особливості написання текстів для радіо-та телевізійної реклами.

1) Формати та жанри радіо- та телевізійної реклами.
2) Креативні технології радіо- та телереклами.

Література [1, с.73-86]; [2, с.86-102]; [3, с.101-121]; [16, с.32-48]; [22, с.18-34]; [16, с.51-68]; [22, с.21-38]; [26, с.54-72].

Тематичний план навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		лек	пр	лаб	с.р.		лек	пр	лаб	с.р.
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Модуль 1. Копірайтинг як вид фахової діяльності										
Змістовий модуль 1. Зарубіжний та вітчизняний копірайтинг. Основні етапи копірайтингу у рекламі та зв'язках з громадськістю										
Тема 1. Сутність копірайтингу як вид професійної діяльності.	15	2	2	–	11	15	0	0	–	15
Тема 2. Основні правила копірайтингу	16	2	4	–	10	16	0	2	–	14
Тема 3. Рекламний (PR) текст та рекламна (PR) стратегія.	20	4	6	–	10	20	0	2	–	18
Тема 4. Комунікаційна активність конкурентів	24	4	6	–	14	24	2	0	–	22
Разом за змістовим модулем 1	75	12	18	–	45	75	2	4	–	69
Усього годин	75	12	18	–	45	75	2	4	–	69
Змістовний модуль 2. Складові рекламного тексту										
Тема 1. Функції рекламного заголовка.	16	2	4	–	10	16	0	0	–	16
Тема 2. Стилі рекламного тексту.	29	4	4	–	21	29	2	2	–	25
Разом за змістовим модулем 2	45	6	8	–	31	45	2	2	–	41
Усього годин	45	6	8		31	45	2	2	–	41
Змістовний модуль 3. Особливості написання текстів для різних видів реклами										
Тема 1. Формати та жанри рекламних текстів.	14	4	2	–	8	14	0	0	–	14
Тема 2. Особливості написання текстів для радіо-та телевізійної реклами.	16	8	2	–	6	16	2	0	–	14
Разом за змістовим модулем 3	30	12	4	–	14	30	2	0	–	28
Усього годин	30	12	4		14	30	2	0	–	28
Разом за курсом	150	30	30	0	90	150	6	6	0	138

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Сутність копірайтингу як вид професійної діяльності.	2	0
2	Основні правила копірайтингу	4	2
3	Рекламний (PR) текст та рекламна (PR) стратегія.	6	2
4	Комунікаційна активність конкурентів	6	0
5	Функції рекламного заголовка.	4	0
6	Стилі рекламного тексту.	4	2
7	Формати та жанри рекламних текстів.	2	0
8	Особливості написання текстів для радіо-та телевізійної реклами.	2	0
	Разом	30	6

Самостійна робота

Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної форми навчання:

- підготовка до практичних занять – ***2 год. / 1 заняття***;
- виконання проєктних завдань – ***3–5 год. / 1 проєкт;***
- підготовка до тестового контролю – ***3–4 год. / 1 тест;***
- підготовка до підсумкового контролю – ***15 год. / 1 захід***
- підготовка до колоквіуму – ***15 год. / 1 захід***

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Підготовка до практичних робіт	30	6
2	Виконання проєктних завдань*	33	79
3	Підготовка до тестового контролю	12	12
4	Підготовка до підсумкового контролю	15	30
5	Підготовка до колоквіуму з письмовою роботою	15	11
	Разом	105	138

6. Методи навчання. Засоби діагностики результатів навчання та методів їхнього демонстрування

Методи навчання:

1) на лекційних заняттях:
   - лекція;
   - пояснення;
   - дискусія;
   - диспут;
   - ілюстрування;
   - демонстрація;

– відеометод;
– майстер-клас

2) на практичних заняттях:
– практична робота;
– фронтальне опитування;
– частково-пошуковий метод;
– спостереження.

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- усні відповіді (лише для студентів денної форми навчання);
- тестові роботи;
- проєктні (самостійні) роботи;
- контрольна робота;
- колоквіум.

7. Форми поточного та підсумкового контролю

Досягнення студента оцінюються за 100-бальною системою Університету.

Підсумкова оцінка навчального курсу містить оцінки з поточного контролю та оцінки підсумкового контролю. В кожного компонента своя частка в загальній системі оцінок, де студент може набрати від 60 балів до 100 балів. Під компонентом проміжних оцінок розуміються поточні оцінки протягом семестру.

Підсумкова оцінка навчального курсу є сумою проміжних оцінок (усна відповідь, тест, проєкт, колоквіум) (максимально 85 балів) й оцінки за контрольну роботу (максимально 15 балів).

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на заняттях та набутих практичних навичок під час виконання завдань практичних і проєктних самостійних робіт, а також підготовки дослідницьких матеріалів до колоквіуму.

Зарахування кредитів навчального курсу можливо тільки лише досягнення результатів, запланованих РПНД, що виражається в одній із позитивних оцінок, передбачених чинним законодавством.

7. Форми контролю результатів навчальної діяльності студентів та їхнє оцінювання

Усні відповіді на практичних заняттях	**Критерії оцінювання**
2	Відповідь правильна, повна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення, містить аргументовані висновки з доречним ілюстративним матеріалом, може підкріплюватися коректними цитуваннями думок / поглядів учених.
1,5	Відповідь в цілому правильна, доволі повна, логічна; допущені несуттєві помилки та неточності у викладенні матеріалу.
1	Відповідь частково правильна, містить неточності, недостатньо обґрунтована з використанням неправильної / некоректної термінології.
0,5	Відповідь частково правильна, містить неточності, проте не містить жодних аргументів та ілюстративного матеріалу.

0	Студент не дає відповіді чи його відповідь містить значну кількість суттєвих помилок, не обґрунтована.
	Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 30 балів (15 відповідей по 2 бали).

Тестові роботи	**Критерії оцінювання**
5	Студент надав 10 правильних відповідей на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 100 %.
4,5	Студент надав 9 правильних відповідей на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 90 %.
4	Студент надав 8 правильних відповідей на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 80 %.
3,5	Студент надав 7 правильних відповідей на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 70 %.
3	Студент надав 6 правильних відповідей на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 60 %.
2,5	Студент надав 5 правильних відповідей на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 50 %.
2	Студент надав 4 правильні відповіді на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 40 %.
1,5	Студент надав 3 правильні відповіді на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 30 %.
1	Студент надав 2 правильні відповіді на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 20 %.
0,5	Студент надав 1 правильну відповідь на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 10 %.
0	Студент не надав жодної правильної відповіді на 10 запропонованих питань у тестовій роботі, тобто 0 %.
	Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 15 балів (3 роботи по 5 балів).

Самостійна (проєктна) робота	**Критерії оцінювання**
5	Студент правильно виконує завдання в установлений термін, презентує аналітику різних наукових джерел, підбирає доречний ілюстративний матеріал, здійснює коректні та доцільні цитування, а також грамотно проводить експеримент і на високому рівні здійснює обробку його результатів.
4	Студент правильно виконує завдання в установлений термін, презентує аналітику різних наукових джерел, допускається незначних помилок у добірці ілюстративного матеріалу, здійснює коректні та доцільні цитування, в експериментальних роботах містяться незначні недоліки в обробці їхніх результатів.
3	Студент виконує роботу з порушенням установленого часу для цього виду роботи; дає в цілому правильну відповідь, але поверхнево чи з певними неточностями, подає недоцільні цитування та недоречні ілюстрації, а також виконує експериментальні роботи не на різнотипних мовленнєвих матеріалах та з недостатньою кількістю респондентів.

2	Студент виконує роботу з порушенням установленого часу для цього виду роботи; дає в цілому правильну відповідь, але не презентує аналітику різних наукових джерел, не підбирає доречний ілюстративний матеріал, не наводить коректні та доцільні цитування, проводить експерименти, проте не презентує обробку його результатів та не демонструє вміння робити висновки.
1	Студент виконує роботу з методичної допомоги викладача на кожному етапі проведення експериментів.
0	Студент не виконує роботи.
	Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 30 балів (6 робіт по 5 балів).

Контрольна робота	**Критерії оцінювання**
ДФН 15–13 ЗФН 39–30	Робота виконана без змістових помилок (завдання I, II та III рівнів складності), містить точні відповіді на питання теоретичного характеру, правильно ідентифікує технологію і правильно виявляє брехню в тексті. Бал знижується в разі наявності орфографічних та пунктуаційних помилок.
ДФН 12–10 ЗФН 29–20	Робота представлена з повними та правильними відповідями всіх рівнів складності, студент правильно ідентифікує технологію профайлінгу і правильно структурує хід виявлення брехні в тексті, проте допускається помилок шляхом упущення кількох відповідних маркерів. Бал знижується в разі наявності орфографічних і пунктуаційних помилок.
ДФН 9–7 ЗФН 19–10	Робота виконана з огріхами в описі технології профайлінгу, проте безпомилково виконано завдання I та II рівнів складності. В такій роботі завдання щодо детекції брехні в тексті виконано неправильно. Бал знижується в разі наявності орфографічних і пунктуаційних помилок.
ДФН 6–4 ЗФН 9–6	Робота виконана з неточностями у формулюванні дефініцій термінів (II рівень складності) та значними огріхами в описі технології профайлінгу (III рівень складності). Завдання щодо детекції брехні тексті виконано неправильно або не виконано взагалі. Бал знижується в разі наявності орфографічних і пунктуаційних помилок.
ДФН 3–1 ЗФН 5–1	Робота містить значну кількість помилок у завданнях усіх рівнів складності або незначну кількість помилок у завданнях I та II рівнів складності та відсутності виконання завдань III рівня. Бал знижується в разі наявності орфографічних і пунктуаційних помилок.
0	Робота не виконувалася.
	Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 15 балів (для ДФН) / 39 балів (для ЗФН)

Колоквіум із письмовою роботою (дослідженням)	**Критерії оцінювання**

10	Студент ретельно проводить аналітичний огляд літератури, самостійно організовує експеримент, правильно здійснює обробку його результатів, робить логічні та аргументовані висновки, вказує на перспективи їхнього застосування рішення в подальшій практичній діяльності, а також правильно із мовного й технічного поглядів оформлює думки у вигляді письмової роботи.
9–7	Студент ретельно проводить аналітичний огляд літератури, самостійно організовує експеримент, правильно здійснює обробку його результатів, робить логічні висновки, проте без додаткової аргументації та вказівки на перспективи подальших досліджень, а також правильно із мовного погляду оформлює думки у вигляді письмової роботи. Допускається незначна кількість технічних огріхів.
6–4	Студент поверхнево чи з певними неточностями проводить аналітичний огляд літератури, виявляє труднощі під час організації експерименту, проте правильно здійснює обробку його результатів, робить висновки, проте без додаткової аргументації та вказівки на перспективи подальших досліджень, а також правильно із мовного погляду оформлює думки у вигляді письмової роботи. Допускається незначна кількість технічних огріхів.
3–2	Студент поверхнево чи з певними неточностями проводить аналітичний огляд літератури, виявляє труднощі та допускається грубих помилок під час організації експерименту, помилково оброблює його результати, робить висновки без додаткової аргументації та вказівки на перспективи подальших досліджень. Допускається незначна кількість мовних і технічних огріхів під час оформлення тексту письмової роботи.
1	Студент проводить аналітичний огляд літератури, експеримент та здійснює обробку його результатів із подальшим оформленням у вигляді письмової роботи з допомоги викладача
0	Студент не підготував дослідження або надав на перевірку викладачеві роботу не власного авторства.
	Максимальна оцінка студента за цей компонент програми 10 балів

Форма контролю	**Максимальна кількість балів**	
	Денна форма	**Заочна форма**
Практичні заняття	15х2 бали = 30 балів	3х2 бали = 6 балів
Самостійна (проєктна) робота	6х5 балів = 30 балів	6х5 балів = 30 балів
Колоквіум із письмовою робою	1х10 балів = 10 балів	1х10 балів = 10 балів
Тестування	3х5 балів = 15 балів	3х5 балів = 15 балів
Контрольна (письмова) робота	1х15 балів= 15 балів	1х39 балів = 39 балів
Всього	**100**	**100**

8. Критерії оцінювання результатів навчання

	Денне відділення		Заочне відділення	
	Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів

ЗМ 1	Т1	Відповідь на практичному занятті	2		
	Т2	Відповідь на практичному занятті	4	Відповідь на практичному занятті	2
		Проєкт	5	Проєкт	5
	Т3	Відповідь на практичному занятті	6	Відповідь на практичному занятті	2
		Проєкт	5	Проєкт	5
	Т4	Відповідь на практичному занятті	6		
		Проєкт	5	Проєкт	5
	ПМК	Тест	5	Тест	5
ЗМ 2	Т1	Відповідь на практичному занятті	4		
		Проєкт	5		
	Т2	Відповідь на практичному занятті	4	Відповідь на практичному занятті	2
		Проєкт	5	Проєкт	5
	ПМК	Тест	5	Тест	5
ЗМ 3	Т1	Відповідь на практичному занятті	2		
	Т2	Відповідь на практичному занятті	2		
		Проєкт	5	Проєкт	5
	ПМК	Тест	5	Тест	5
Колоквіум			10	Колоквіум	10
Контрольна робота			15	Контрольна робота	39
Підсумковий контроль		Залік		Залік	
Сума			100		100

9. Засоби навчання

Наочним матеріалом для лекційних занять слугують передусім графічні засоби, а саме друковано-роздатковий матеріал у вигляді ілюстративних таблиць, опорних схем, рисунків; мультимедійні засоби (комп'ютерні презентації); відеоматеріали (навчальні кінофільми, а також інтерв'ю, виступи, сеанси гіпнозу, рекламні та політичні відеоролики тощо як фактографічний матеріал).

На практичних заняттях прислужиться бібліотечних фонд Університету та електронні репозитарії світу, а також різнорідні лінгвістичні фактажі для проведення експериментів (текстові та відеоматеріали).

Під час виконання завдань самостійної роботи доцільним стане використання бібліотечного фонду та енциклопедій, словників, довідників.

10. Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Копірайтинг в соціальних мережах: вивчення стратегій, психології та впливу на динаміку цифрового спілкування [Текст] : метод. розроб. /уклад. І. Горенко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2023. - 30 с. http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49060
2. Глосарій термінів із дисципліни «Копірайтинг» [Текст] : для студ. спец. «Бізнес комунікації та переклад» / уклад. І. Горенко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2023. - 25 с. http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49062
3. Копірайтинг [Текст] : завдання для самостійної роботи. / уклад. І. Горенко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2023. - 32 с. http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49059

Допоміжна література

4. Arens, W. F., Schaefer, D., & Weigold, M. F. M: Advertising, 2022.
5. Bartram, D. Successful Television Writing, 2021.
6. Berger, J. Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age, 2022.
7. Bly, R. W. The Copywriter's Handbook: A Step-By-Step Guide to Writing Copy That Sells, 2019.
8. Caples, J. Making Ads Pay: Timeless Tips for Successful Copywriting, 2021.
9. Edwards, D. Copywriting for Dummies, 2021.
10. Evans, D., & McKee, J.Social Media Marketing: An Hour a Day, 2022.
11. Felton, G. Advertising: Concept and Copy, 2020.
12. Hopkins, C. Scientific Advertising: Learn the Secrets of Writing Online Copy That Sells, 2020.
13. Keller, K. L. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, 2021.
14. Konrad, R. Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content, 2020.
15. Pricken, M. Creative Advertising: Ideas and Techniques from the World's Best Campaigns, 2021.
16. Reiss, J. Television Writing from the Inside Out: Your Channel to Success, 2022.
17. Ries, A., & Trout, J. Positioning: The Battle for Your Mind, 2021.
18. Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. Consumer Behavior, 2022.
19. Slaunwhite, S., & Tyson, P. The Wealthy Freelancer: Your Guide to Making Great Money on Your Own Schedule, 2019.
20. Smith, R., & Ranalli, A. Copywriting: Successful Writing for Design, Advertising, and Marketing, 2021.
21. Solomon, M. R. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, 2022.
22. Stone, B. Successful Direct Marketing Methods, 2020.
23. Sugarman, J. The Adweek Copywriting Handbook: The Ultimate Guide to Writing Powerful Advertising and Marketing Copy from One of America's Top Copywriters, 2019.
24. Tuten, T. L., & Solomon, M. R. Social Media Marketing, 2022.

25. Trout, J., & Rivkin, S. Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer Competition, 2019.
26. Weitzman, H. Attention! This Book Will Make You Money: How to Use Attention-Getting Online Marketing to Increase Your Revenue, 2022.