

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра політичної соціології



Робоча програма навчальної дисципліни

Копірайтинг

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____ бакалавр _____
галузь знань _____ 061 Журналістика _____
(шифр і назва)
спеціальність _____ 061 Журналістика _____
(шифр і назва)
освітня програма _____ Медіакомунікації та зв'язки із громадськістю _____
(шифр і назва)
спеціалізація _____
(шифр і назва)
вид дисципліни _____ за вибором _____
(обов'язкова / за вибором)
факультет _____ соціологічний _____

2023 / 2024 навчальний рік

Програму обговорено та рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету

“28” червня 2023 року, протокол № 6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Литовченко Артем Дмитрович, к.соц.н., доцент кафедри політичної соціології; Бойко Дмитро Миколайович, к.соц.н., старший викладач кафедри політичної соціології; Нехаєнко Оксана Василівна, магістр соціології, старший викладач кафедри політичної соціології.

Програму схвалено на засіданні кафедри політичної соціології
Протокол від “23” червня 2023 року №11

в.о. завідувача кафедри

В'ячеслав НІКУЛІН

Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету
Протокол від “26” червня 2023 року №9
Голова науково-методичної комісії

Юлія СОРОКА

Гарант освітньої програми
«Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»
спеціальності 061 Журналістика

Сергій АКСЬОНОВ

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «**Копірайтинг**» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 061 «Журналістика» освітньої програми «Медіакомунікації та зв'язки із громадськістю».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни є вивчення принципів, базових методів і технологій копірайтингу в паблік рілейшинз та рекламі, ознайомлення із техніками та вимогами написання текстів різних жанрів та видів.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- сформувані у студентів розуміння місця копірайтингу в структурі підготовки фахівця зі зв'язків з громадськістю та реклами;
- ознайомити з вимогами до написання якісних піар- та рекламних текстів;
- навчити студентів на професійному рівні аналізувати розбіжності між ПР-текстами, рекламою та пропагандистськими матеріалами;
- вивчити та засвоїти практичні навички роботи копірайтера та спічрайтера;
- ознайомити зі структурою, складом і побудовою рекламного тексту;
- сформувані вміння створення якісних рекламних текстів;
- ознайомити з основними принципами формування структури тексту;
- сформувані уявлення про процедуру, моделі та прийоми розробки рекламного тексту для різних видів та жанрів реклами;

1.3. Кількість кредитів 4

1.4. Загальна кількість годин 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
3-й	4-й
Семестр	
6-й	8-й
Лекції	
32 год.	4 год.
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	6 год.
Лабораторні заняття	
- год.	- год.
Самостійна робота	
72 год.	110 год.
Індивідуальні завдання	
- год.	

1.6. Заплановані результати навчання

Навчальна дисципліна забезпечує розвиток наступних **компетентностей**:

ФК 5 - володіння базовими навичками створення текстів і документів, що використовуються у сфері зв'язків з громадськістю та реклами, володіння навичками копірайтингу;

ФК 9 - уміння обговорювати професійні проблеми, відстоювати свою точку зору, пояснювати сутність явищ, подій, процесів, робити висновки, давати аргументовані відповіді.

Дисципліна забезпечує такі **результати** навчання:

ПРН 1 - здатність здійснювати професійні функції в галузі реклами та зв'язків з громадськістю в державних, громадських, комерційних структурах, засобах масової інформації, в соціальній сфері, сфері політики, економіки, виробництва, бізнесу, науки, освіти, культури, спорту;

ПРН 2 - володіння базовими навичками створення текстів і документів, що використовуються у сфері зв'язків з громадськістю та реклами, володіння навичками копірайтингу;

ПРН 7 - знання основних теорій менеджменту, володіння основними управлінськими функціями і методами їх реалізації;

ПРН 9 - володіння навичками організаційно-управлінської роботи з малими колективами;

ПРН 10 - здатність брати участь у створенні ефективної комунікаційної інфраструктури організації, забезпеченні внутрішньої і зовнішньої комунікації, в тому числі з державними установами, громадськими організаціями, комерційними структурами, засобами масової інформації; брати участь у формуванні та підтримці корпоративної культури;

ПРН 12 - володіння знаннями і навичками роботи в прес-центрах, прес-службах, у засобах масової інформації (ЗМІ), відділах із зв'язків з громадськістю, центрах громадських зв'язків, відділах реклами, в комунікаційних агентствах

Студенти мають досягти таких результатів навчання:

Знати:

- методологічні основи копірайтингу у сфері зв'язків з громадськістю;
- методологічні основи копірайтингу в рекламі;
- характеристики, методики і техніки копірайтингу;
- специфічні види копірайтингу;
- види текстів, жанрові різновиди, технології конструювання та дизайну текстів;
- особливості написання текстів стосовно різних сфер суспільного життя;

вміти:

- визначати цільову спрямованість тексту;
- створювати тексти з огляду на поставлену мету і завдання;
- розробляти інформаційно-насичені авторські тексти;
- визначати мету, функції та стратегію рекламного тексту;
- використовувати конкретні методики і техніки створення піар-текстів;
- використовувати конкретні методики і техніки створення рекламних текстів;
- вміти ефективно робити рерайт текстів різних тематик та напрямів;
- аналізувати текстові матеріали з точки зору доцільності використаних технік та прийомів копірайтингу.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Особливості сприйняття текстів аудиторією.

Інформація. «Світ як відбиток слова». Якість та релевантність інформації. Характеристики сприйняття друкованого тексту людиною. Стилiстичні інструменти оформлення. Шрифт, колір, графіка в оформленні текстів. Психологічні особливості сприйняття рекламного тексту. Основні види репрезентативного сприйняття тексту у людей (візуали, аудіали, кінестетики). Характеристики сприйняття текстів різними цільовими аудиторіями. Контекст та алгоритміка сприйняття тексту. Соціально-психологічні вимоги до розробки текстів. Види копірайтингу за метою.

Тема 2. Професія «копірайтер».

Освітня підготовка фахівця з копірайтингу. Вимоги до копірайтера як професіоналу. Функціональні обов'язки копірайтера. Копірайтер у складі прес-служби. Копірайтер-фрілансер. Рерайтер. Біржі копірайтингу. Законодавче забезпечення діяльності копірайтера. Авторське право. Особливість діяльності копірайтера в різних суспільних сферах (економіка, політика, зв'язки з громадськістю та ін.). Етичні принципи копірайтера.

Тема 3. Текст та основні вимоги до написання текстів.

Подія та її вираження в тексті. Факт, верифікація факту. Принципи роботи з фактами. Правила оформлення цифрового матеріалу в тексті. Завдання текстів у зв'язках з громадськістю. Загальні вимоги до створення текстів та документів. Мета-модель та Мілтон-модель тексту. Використання стереотипів цільової аудиторії. Теорія побудови тексту AIDA. Прості та комбіновані піар-тексти. Види письмових матеріалів: лист, інформаційний реліз, запрошення, буклет, листівка. Бріф. Внутрішньо-корпоративні види письмової комунікації (звіт, інформаційний лист, медіа-план, прес-дайджест). Параметри ефективного піар-тексту

Тема 4. Створення текстів спеціальних документів у зв'язках з громадськістю.

Написання прес-релізу. Новинний прес-реліз. «Американський» та «французький» прес-реліз. Лід. Створення бекграундери. Факт-лист. Інформаційний листок (нюзлеттер). Структура нюзлеттеру. Заява для ЗМІ. Медіа-кіт, нюз-кіт. Біографічна довідка. Підготовка іміджевих буклетів та проспектів. Листівка. Створення внутрішньо-корпоративних матеріалів. Написання звіту. Основні частини звіту та їх написання.

Тема 5. Створення іміджевої статті

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.

Тема 6. Копірайтинг новин.

Поняття «новина». Критерії новини. Вимоги до розробки новин. Основна структура новини. Модель «3W». Інформаційний привід. Особливості створення новини для телебачення. Розробка новини для друкованих видань. Новина для радіо. Прес-кіт.

Тема 7. Створення ділових листів, рерайтинг текстів.

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.

Тема 8. Копірайтинг в мережі Інтернет. SEO-копірайтинг

Правила написання текстів для мережі Інтернет. Різновиди текстів для мережі Інтернет. Види SEO-копірайтингу. Пошуковий копірайтинг. Характеристики ефективного тексту для веб-сайту. Динамічний контент веб-сайту. Приваблення споживачів через текст. Оптимізація та просування веб-сайту через контент. Індекс цитування та частота ключових слів. «Дорвей».

Тема 9. Структура рекламного повідомлення. Основні елементи тексту друкованої реклами

Заголовок та його функції. Написання заголовків. Заголовки прямої та опосередкованої дії. Основний текст рекламного повідомлення. Правила розробки ефективного заголовку. Підзаголовок. Визначення обсягу тексту. Структура та форматування основного тексту рекламного повідомлення. Граматика, гра слів, рими, алітерації. Фраза-відлуння. Підпис до фотографій, рисунків. Слоган. Прийоми створення слогану. Експрес-тестування роботи слогану. Рекомендації зі створення рекламних текстів.

Тема 10. Неймінг та слогани

Основні характеристики та вимоги до нейму. Алгоритм нейму. Правила створення нейму. 5 категорій неймів. Технології створення неймів. Створення неологізмів як різновид неймів. Аналіз неймів. Основні характеристики та вимоги до слоганів. Алгоритм слогану. Правила створення слоганів. Типологія слоганів. Аналіз слоганів.

Тема 11. Побудова великих комерційних текстів

Композиція рекламного повідомлення. Типи композиції. Ритм рекламного повідомлення. Ефективний рекламний текст. Заголовок, підзаголовок, основний текст в друкованих виданнях. Принципи відбору візуальних образів та інструментів посилення тексту реклами. Шрифти, колір. Співвідношення форми та змісту тексту. Нестандартна реклама. Загальні недоліки рекламних текстів (кліше, штампи, заперечення, диффамация). Основні стилістичні та комунікаційні помилки в тексті

Тема 12. Основні форми сучасних виступів та презентацій

Основні формати презентацій. Основні формати публічних виступів. Підготовка до публічних виступів. Структура публічного виступу. Основні елементи публічного виступу. Прийоми утримання уваги. Хронологія виступу.

Тема 13. Аналіз публічних текстів.

Основні інструменти аналізу публічного тексту. Геттісбергська промова А. Лінкольна. Інавгураційні промови президентів. Огляд найцікавіших публічних виступів в історії. Методики аналізу публічних виступів Аналіз запропонованого публічного виступу.

Тема 14. Написання виступу.

Написання промови, виступу, доповіді. Створення тез доповіді. Принципи написання текстів виступу. 10 кроків з написання ефективного промови. Принцип «структурування». Принцип «кубиків». Написання вітальної промови.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с.р.		л	п	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Особливості сприйняття текстів аудиторією	8	2				6	8					8
Тема 2. Професія «копірайтер»	8	2				6	8					8
Тема 3. Текст та основні вимоги до написання текстів	8	2				6	8	1				7
Тема 4. Створення текстів спеціальних документів у зв'язках з громадськістю	8	2				6	8		1			7
Тема 5. Створення іміджевої статті	8	4				4	8	1				7
Тема 6. Копірайтинг новин	8	4				4	8		1			7
Тема 7. Створення ділових листів, рерайтинг текстів.	8	2	2			4	8					8
Тема 8. Копірайтинг в мережі Інтернет. SEO-копірайтинг	8	2	2			4	8		1			7
Тема 9. Структура рекламного повідомлення.	8	2	2			4	8					8
Тема 10. Наймінг та слогани	8	2	2			4	8		1			7
Тема 11. Побудова великих комерційних текстів	8	2	2			4	8					8

Тема 12. Основні форми сучасних виступів та презентацій	8	2	2			4	8					8
Тема 13. Аналіз публічних текстів	8	2	2			4	8	1	1			6
Тема 14. Написання виступу	16	2	2			12	16	1	1			14
Усього годин	120	32	16			72	120	4	6			110

4. Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (д.в.)	Кількість годин (з.в.)
1	Особливості сприйняття текстів аудиторією		
2	Професія «копірайтер»		
3	Текст та основні вимоги до написання текстів		
4	Створення текстів спеціальних документів у зв'язках з громадськістю		1
5	Створення іміджевої статті		
6	Копірайтинг новин		1
7	Створення ділових листів, рерайтинг текстів	2	
8	Копірайтинг в мережі Інтернет. SEO-копірайтинг	2	1
9	Структура рекламного повідомлення. Основні елементи тексту друкованої реклами	2	
10	Неймінг та слогани	2	1
11	Побудова великих комерційних текстів	2	
12	Основні форми сучасних виступів та презентацій	2	
13	Аналіз публічних текстів.	2	1
14	Написання виступу	2	1
	ВСЬОГО	16	6

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (д.в.)	Кількість годин (з.в.)
1	Особливості сприйняття текстів аудиторією	6	8
2	Професія «копірайтер»	6	8
3	Текст та основні вимоги до написання текстів	6	7
4	Створення текстів спеціальних документів у зв'язках з громадськістю	6	7
5	Створення іміджевої статті	4	7
6	Копірайтинг новин	4	7
7	Створення ділових листів, рерайтинг текстів	4	8
8	Копірайтинг в мережі Інтернет. SEO-копірайтинг	4	7
9	Структура рекламного повідомлення. Основні елементи тексту друкованої реклами	4	8
10	Неймінг та слогани	4	7
11	Побудова великих комерційних текстів	4	8
12	Основні форми сучасних виступів та презентацій	4	8
13	Аналіз публічних текстів	4	6
14	Написання виступу	12	14
	Разом	72	110

6. ІНДЗ. Не передбачено

7. Елементи дистанційного викладання

Етап роботи	Форма роботи	Онлайн-платформа
1. Попередня підготовка	Опитування	Канал у Telegram/Zoom
2. Подача нової інформації	Тексти Відеоконференція Відеолекція	Google-classroom Google-classroom Zoom
3. Тренування	Питання для самоперевірки Обговорення (чат, форум) Спостереження за явищем	Telegram / Google-classroom Telegram / Discord Youtube
4. Виконання практичного завдання	Пошук відповідей на питання Інтерактивні практичні завдання	Google-classroom Google-classroom
5. Оцінювання	Виконання екзаменаційної роботи Контрольна робота	Discord/Zoom/Google-classroom Google-classroom/Zoom
6. Рефлексія	Відповіді на рефлексивні питання	Zoom
7. Зворотній зв'язок	Чат, форум, опитування аудіо-, відео- або текстові повідомлення з коментарем	Telegram / Google-classroom

8. Методи контролю

Робота на практичних (семінарських) заняттях. Контрольна робота, передбачена навчальним планом.

Приклади питань (завдань) на контрольній роботі: розробити нейм та слоган для запропонованого товару (продукту). Скласти прес-реліз із завданої теми.

Критерії оцінювання контрольної роботи

Відповіді повні або з однією незначною помилкою	35-40 балів
Відповіді повні, але з двома-трьома незначними помилками	21-34 бали
Відповіді не досить повні та (або) із суттєвими помилками	10-20 балів
Відповіді неповні, містить суттєві помилки	до 9 балів
Відповіді майже відсутні та (або) не відповідає запитанню	0 балів

9. Методичні рекомендації з підготовки контрольної роботи

Для отримання найвищої оцінки необхідно поєднати:

- коректне та послідовне використання матеріалів лекцій та першоджерел у відповіді
- при використанні основних понять курсу, аналізі структур текстів та копірайтерських продуктів, розробці текстових матеріалів та написанні промов;
- критичне переосмислення окремих тез із матеріалів лекцій та першоджерел у відповіді – при виявленні недосконалості понять та концепцій, що використані в курсі;
- прозоре та аргументоване висвітлення авторської позиції – у порівнянні різних визначень основних понять курсу, аналізі структур текстів та копірайтерських продуктів, розробці текстових матеріалів та написанні промов;
- використання самостійних прикладів, що не наводились в лекційному матеріалі та/або першоджерелах і максимально чітко ілюструють позицію автора – для демонстрації навичок аналізу структур текстів та копірайтерських продуктів, розробки текстових матеріалів та написання промов.

Для отримання достатньої оцінки необхідно:

- коректне та послідовне використання матеріалів лекцій та/або першоджерел у відповіді – при використанні основних понять курсу аналізі структур текстів та копірайтерських продуктів, розробці текстових матеріалів та написанні промов;
- використання прикладів, що чітко ілюструють позицію автора – для демонстрації навичок аналізу структур текстів та копірайтерських продуктів, розробки текстових матеріалів та написання промов;
- самостійне викладення думок у відповіді (без елементів академічної недоброчесності).

10. Схема нарахування балів

Поточний контроль														Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Сума
Денна форма															
Т 1	Т 2	Т 3	Т4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т 10	Т 11	Т 12	Т 13	Т 14	40	100
		5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5		
Заочна форма															
Т 1	Т 2	Т 3	Т4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т 10	Т 11	Т 12	Т 13	Т 14	40	100
			10		10		10		10			10	10		

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	не зараховано

Мінімальний бал для допуску до заліку: 10 балів

11. Рекомендована література

Основна література

1. Ільяхов М., Саричева Л. Пиши, скорочуй. К.: BookChief, 2019. – 440 с.
2. Зельман О. 1000 знаків без пробілів. Копірайтинг для бізнесу. К.: Леолє Паблішер, 2015. – 216 с.
3. Зінсер В. Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих текстів. К.: Наш Формат, 2018. 288 с.
4. Капелюшний А.О. Практичний посібник-довідник журналіста. Редагування в ЗМІ. Аналіз і перевірка фактичного матеріалу / А.О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2004.
5. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг. Київ: Фабула, 2018. 352 с.
6. Качкан В.А. Особливості підготовки матеріалів для радіо і телебачення / В.А. Качкан. – Львів: Видавництво Львівського університету ім. І. Франка, 1987. – 68 с.
7. Костюченко І. Копірайтинг в алгоритмах. К.: ІРІО, 2021. – 128 с.
8. Меттс М., Велфл Е. Письмо — це дизайн. Як слова створюють досвід користування. К.: ArtHuss, 2021. – 208 с.
9. Пиши сильно: практичні вправи, поради, теорія / упоряд. Litosvita. Київ : Пабулум, 2017. 240 с.
10. Романенко Ю. В. Спічрайтинг. – К., 2006. – 244 с.
11. Снайдер Б. Як блискавично писати живучі тексти. Врятуйте кицьку! К.: Vivat, Pelican, 2021. 240 с.
12. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навчальний посібник / І.Ю. Слісаренко. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.

13. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця: Практичний посібник М.С. Тимошик. – 2-ге вид., стереотипне. – К.: Наша культура і наука, 2006. – 560 с.
14. Холод О. М. Спічрайтинг : курс лекцій. – К. : КиМУ, 2011. – 137 с

Додаткова література

1. Андерсон, К. Успішні виступи на TED : Рецепти найкращих спікерів : пер.О. Асташевої. Київ : Наш формат, 2016. 256 с.
2. Борг Дж. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування : пер. Н.Лазаревич. Харків : Фабула, 2019. 304 с.
3. Денисюк С. Г. Комунікологія : навчальний посібник / С. Г. Денисюк. Вінниця : ВНТУ, 2015. 102 с.
4. Збірник промов Президента України Петра Порошенка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://gartua.io.ua/s86703/zbirnik_promov_prezidenta_ukraeni_petra_poroshenka
5. Кацавець Р.С. Ораторське мистецтво: підручник / Р. С. Кацавець. – 2-ге вид., доповн. – К.: Алерта, 2018. – 216 с.
6. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Перекл. з англ. А. Іщенка. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 324 с.
7. Лизанчук В.В. Основи радіожурналістики: підручник В.В. Лизанчук. – К.: Знання, 2006. 628с.
8. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навчальний посібник / Г.Г. Почепцов. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. – 506 с.
9. Почепцов Г. Спічрайтер і його робота [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/4079>
10. Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К.Ісаєнко, А.В.Лисенко). – Полтава: ПолтНТУ, 2019. –247с.
11. Томан, І. Мистецтво говорити. Київ : Україна, 1996. 269с.
12. Трухімович С.В. Реклама. Конспект копірайтера. Львів: ЛА «Піраміда», 2009.- 96с.: іл. Режим доступу: http://crespo.com.ua/wpcontent/uploads/Demoversia_konspekty_kopirajtera2012-new.pdf
13. Українське законодавство: засоби масової інформації. – К.: IREX ПроМедіа, 2000. – 312 с.
14. Яковець А.В. Телевізійна журналістика: теорія і практика: підручник / А.В. Яковець. – К.: ВД «Києво- Могилянська академія», 2007. – 239 с.

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. <http://www.propr.com.ua> – спеціалізований інтернет-ресурс, присвячений PR-галузі в Україні.
2. <http://www.reklamaster.com> – перший портал про маркетинг і рекламу.
3. <http://www.pr-dialog.com> – професійний науково-популярний журнал «PR-діалог».
4. <http://copywriting.at.ua/> – веб-сайт «Копірайтинг. Создание рекламных текстов. SEO».
5. <http://master-tekstov.com/> – агентство копірайтингу «Майстер текстів».
6. <http://www.milad-design.com/> – збірник статей з копірайтингу.

Орієнтовні тематичні напрями питань/завдань контрольної роботи

1. Прес-реліз: опис, створення
2. Лист: опис, створення
3. Ньюслеттер (ньюс-лист): опис, створення
4. Запрошення: опис, створення
5. Факт-лист: опис, створення
6. Лід, «врізка»: функції, особливості побудови, засоби

7. Прес-кіт, ньюз-кіт: функції, особливості створення
8. Байлайнер (іміджева стаття): опис, побудова, засоби
9. Бекграундер: опис, створення
10. Новина: структура, рекомендації до створення
11. Функції дослідження в копірайтингу і спичрайтингу
12. SEO-копірайтинг: функції, рекомендації до створення
13. Заголовок: функції, розробка, прийоми
14. Слоган: функції, розробка, прийоми
15. Неймінг: алгоритми, рекомендації
16. Рерайтинг: функції, алгоритми
17. Гумор та цитати: використання в текстах, функції, рекомендації
18. Оцінити нейм/слоган/заголовок (практичне завдання)
19. Зробити рерайтинг/написати новину (практичне завдання)