Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра політичної соціології

ЗАТВЕРДЖЕНО

директор навчально-наукового інституту
соціології та медіакомунікацій

_____ Олена МУРАДЯН

«28» серпня 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Копірайтинг

рівень вищої освіти _бакалавр

галузь знань _ 05_соціальні та поведінкові науки __
(шифр і назва)

спеціальність ___054_Соціологія
(шифр і назва)

освітня програма _ Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків із громадськістю
(шифр і назва)

спеціалізація _____
(шифр і назва)

вид дисципліни за вибором
(обов'язкова / за вибором)

факультет _ННІ соціології та медіакомунікацій_____

2026 / 2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою ННІ соціології та медіакомунікацій

“26” серпня 2026 року, протокол № 6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Литовченко Артем Дмитрович, к. соц. н., доцент, доцент ЗВО кафедри політичної соціології ННІ соціології та медіакомунікацій

Програму схвалено на засіданні кафедри політичної соціології

Протокол від “26” серпня_2026 року № 1

Завідувач кафедри політичної соціології

_____ Бойко Д. М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) «Соціально-політичні та маркетингові дослідження»
назва освітньої програми

Гарант освітньої (професійної/наукової) програми
«Соціологія комунікацій, реклами та зв’язків із громадськістю»

_____ СОЛДАТЕНКО І.О.
(підпис) **(прізвище та ініціали)**

Програму погоджено науково-методичною комісією ННІ соціології та медіакомунікацій

Протокол від “ 26 ”_серпня_2026 року № 1

Голова науково-методичної комісії ННІ соціології та медіакомунікацій

_____ Сорока Ю. Г.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Копірайтинг» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 054-Соціологія освітньо-професійної програми «Соціологія комунікацій, реклами та зв'язків із громадськістю»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни – 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:

1. сформувати у студентів розуміння місця копірайтингу в структурі підготовки фахівця зі зв'язків з громадськістю та реклами;
2. ознайомити з вимогами до написання якісних піар- та рекламних текстів;
3. навчити студентів на професійному рівні аналізувати розбіжності між ПР-текстами, рекламою та пропагандистськими матеріалами;
4. вивчити та засвоїти практичні навики роботи копірайтера та спічрайтера;
5. ознайомити зі структурою, складом і побудовою рекламного тексту;
6. сформувати вміння створення якісних рекламних текстів;
7. ознайомити з основними принципами формування структури тексту;
8. сформувати 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	3-й
Семестр	
6-й	6-й
Лекції	
16 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	6 год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
72 год.	108 год.
у тому числі індивідуальні завдання	
20 год. (за рахунок самостійної роботи)	

** у разі формування малочисельних груп обсяг аудиторного навчального навантаження, відведеного на вивчення навчальної дисципліни, зменшується відповідно до Положення про планування й звітування науково-педагогічних працівників Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.*

1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна

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.

1.7. Перелік результатів навчання, що формує дана дисципліна

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, бізесу, 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

1.8. Пререквізити: Українська мова професійного спрямування

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. Стилістичні 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 бекграундеру. Факт-лист. Інформаційний листок (ньюзлеттер). Структура ньюзлеттеру. Заява для ЗМІ. Медіа-кіт, ньюз-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, диффамація). Основні стилістичні та комунікаційні помилки в тексті
Тема 12. Копірайтинг плакатів та білбордів

Копірайтинг коротких текстів. Структура плакатного тексту. Особливості послідовності, розташування та оформлення. Тексти для білбордів. Пастка «великої площі».

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. Індивідуальний стиль копірайтера.

Штампи та шаблони: чому їх варто знати та уникати. Як виробити власний стиль. Баланс авторського стилю та функціональних завдань. Джерело унікального стилю: художні та авторські публіцистичні тексти

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	1	2			5	8					8
Тема 2. Професія «копірайтер»	8	1	2			5	8					8
Тема 3. Текст та основні вимоги до написання текстів	8	2	2			4	8	1				7
Тема 4. Створення текстів спеціальних документів у зв'язках з громадськістю	8	1	2			5	8		1			7
Тема 5. Створення іміджевої статті	8	1	2			5	8	1				7
Тема 6. Копірайтинг новин	8	1	2			5	8		1			7
Тема 7. Створення ділових листів, рерайтинг текстів.	8	1	2			5	8					8
Тема 8. Копірайтинг в мережі Інтернет. SEO-копірайтинг	8	1	2			5	8		1			7
Тема 9. Структура рекламного повідомлення.	8	1	2			5	8					8
Тема 10. Неймінг та слогани	8	1	2			5	8		1			7
Тема 11. Побудова великих комерційних текстів	8	1	4			3	8					8
Тема 12. Копірайтинг плакатів та білбордів	8	1	2			5	8					8
Тема 13. Аналіз публічних текстів	8	2	4			2	9	2	1			6
Тема 14. Індивідуальний стиль копірайтера	16	1	2			13	15	2	1			12
Усього годин	120	16	32			72	120	6	6			108

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (д.в.)	Кількість годин (з.в.)
1	Особливості сприйняття текстів аудиторією	2	
2	Професія «копірайтер»	2	
3	Текст та основні вимоги до написання текстів	2	
4	Створення текстів спеціальних документів у зв'язках з громадськістю	2	1
5	Створення іміджевої статті	2	
6	Копірайтинг новин	2	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	4	
12	Копірайтинг плакатів та білбордів	2	
13	Аналіз публічних текстів.	4	1
14	Індивідуальний стиль копірайтера	2	1
	ВСЬОГО	32	6

5. Завдання для самостійної робота

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (д.в.)	Кількість годин (з.в.)
1	Особливості сприйняття текстів аудиторією	5	8
2	Професія «копірайтер»	5	8
3	Текст та основні вимоги до написання текстів	4	7
4	Створення текстів спеціальних документів у зв'язках з громадськістю	5	7
5	Створення іміджевої статті	5	7
6	Копірайтинг новин	5	7
7	Створення ділових листів, рерайтинг текстів	5	8
8	Копірайтинг в мережі Інтернет. SEO-копірайтинг	5	7
9	Структура рекламного повідомлення. Основні елементи тексту друкованої реклами	5	8
10	Неймінг та слогани	5	7
11	Побудова великих комерційних текстів	3	8
12	Аналіз публічних текстів	5	8
13	Контрольна робота	2	6
14	Творче завдання	13	12
	Разом	72	108

6. Індивідуальні завдання

Творче завдання, контрольна роботи

7. Методи навчання

Лекції, презентації, семінари, розв'язання практичних професійних задач

8. Методи контролю

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

9. Схема нарахування балів

<table>
<tr><td colspan="14">Поточний контроль</td><td>Контрольна робота, передбачена навчальним планом</td><td>Творче завдання</td><td>Сума</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="13">Денна форма</td><td rowspan="3">20</td><td rowspan="3">30</td><td rowspan="3">100</td></tr>
<tr><td>Т1</td><td>Т2</td><td>Т3</td><td>Т4</td><td>Т5</td><td>Т6</td><td>Т7</td><td>Т8</td><td>Т9</td><td>Т10</td><td>Т11</td><td>Т12</td><td>Т13</td><td>Т14</td></tr>
<tr><td colspan="2">10</td><td colspan="3">10</td><td colspan="3">10</td><td colspan="4">20</td></tr>
<tr><td></td><td colspan="13">Заочна форма</td><td rowspan="3">20</td><td rowspan="3">30</td><td rowspan="3">100</td></tr>
<tr><td>Т1</td><td>Т2</td><td>Т3</td><td>Т4</td><td>Т5</td><td>Т6</td><td>Т7</td><td>Т8</td><td>Т9</td><td>Т10</td><td>Т11</td><td>Т12</td><td>Т13</td><td>Т14</td></tr>
<tr><td colspan="2">10</td><td colspan="3">10</td><td colspan="3">10</td><td colspan="4">20</td></tr>
</table>

Критерії оцінювання контрольної роботи

Відповіді повні або з однією незначною помилкою	15-20 балів
Відповіді повні, але з двома-трьома незначними помилками	11-14 бали
Відповіді не досить повні та (або) із суттєвими помилками	5-10 балів
Відповіді неповні, містить суттєві помилки	до 4 балів
Відповіді майже відсутні та (або) не відповідає запитанню	0 балів

Критерії оцінювання творчого завдання

Виконане без помилок або з однією-двома незначними помилками	35-40 балів
Виконане з трьома-чотирма значними й незначними помилками	21-34 бали
Виконане не повністю та (або) із суттєвими помилками	10-20 балів
Виконане не повністю, містить суттєві помилки	до 9 балів
Виконання часткове, не відповідає поставленим завданням	0 балів

Мінімальний бал для допуску до заліку: 10 балів

Під час вивчення навчальної дисципліни використання технологій штучного інтелекту (ШІ) здійснюється відповідно до Політики використання технологій штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Використання технологій штучного інтелекту не допускається під час виконання контрольних заходів, спрямованих на перевірку індивідуальних знань і сформованості компетентностей здобувача освіти, зокрема: усного опитування, модульних контрольних робіт, екзамену (заліку), якщо інше не визначено викладачем, інших видів оцінювання, для яких викладачем встановлено обмеження щодо використання ШІ.

Декларування використання ШІ.

У разі використання технологій штучного інтелекту здобувач освіти зобов'язаний зазначити: назву сервісу або моделі ШІ; дату використання; характер допомоги (генерація ідей, пошук інформації, аналіз даних, генерація коду, редагування тексту тощо).

За вимогою викладача здобувач освіти повинен надати використані запити (prompts) або пояснити спосіб використання інструментів ШІ.

Недекларованe використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ШІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як

порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка	
	для чотирирівневої шкали оцінювання	для дворівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
0-49	незадовільно	не зараховано

10. Рекомендована література

Основна література

1. Зельман О. 1000 знаків без пробілів. Копірайтинг для бізнесу. К.: Леоле Паблишер, 2015. – 216 с.
2. Зінсер В. Текст-пекс-шмекс. Магія переконливих тексті. К: Наш Формат, 2018. 288 с.
3. Ільяхов М., Саричева Л. Пиши, скорочуй. К.: BookChief, 2019. – 440 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 2.0. Київ: Фабула, **2023**. 312 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. Лівін Марк. Сторітелінг для очей, вух і серця. К.: Наш формат, **2022**. – 184 с.
9. Меттс М., Велфл Е. Письмо — це дизайн. Як слова створюють досвід користування. К.:ArtHuss, 2021. – 208 с.
10. Основи риторики та виразне читання / Уклад. Барчан В.В. Ужгород, **2023**. 39 с.
11. Пиши сильно: практичні вправи, поради, теорія / упоряд. Litosvita. Київ : Пабулум, **2023**. 244 с.
12. Прокопчук Л. В., Лебедь Ю. Б. Практикум з риторики : навч. посіб. Вінниця : Твори, **2023**. 200 с. DOI: https://doi.org/10.31652/978-617-552-715-3-1-200
13. Романенко Ю. В. Спічрайтинг. – К., 2006. – 244 с.
14. Роум Д. Говори та показуй. Пер. з англ. Київ: Віват, **2024**. 225 с
15. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навчальний посібник / І.Ю. Слісаренко. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
16. Снайдер Б. Як блискавично писати живучі тексти. Врятуйте кицьку! К.: Vivat, Pelican, 2021. 240 с.
17. 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:// 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.