



КОПІРАЙТИНГ У РЕКЛАМІ ТА PR

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський)</i>
Галузь знань	<i>03 Гуманітарні науки</i>
Спеціальність	<i>035 Філологія</i>
Освітня програма	<i>Германські мови та літератури (переклад включно), перша - англійська</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Форма навчання	<i>Очна (денна)</i>
Рік підготовки, семестр	<i>4 курс, весняний семестр</i>
Обсяг дисципліни	<i>4 кредити ЄКТС / 120 годин (56 аудиторних годин, 64 години СРС)</i>
Семестровий контроль/ контрольні заходи	<i>Залік</i>
Розклад занять	http://rozklad.kpi.ua/Schedules/ViewSchedule.aspx?v=5c6b3d95-4f65-4a81-b8dd-822875651ce4
Мова викладання	<i>Українська</i>
Інформація про керівника курсу / викладачів	<i>к. філол.н., доц. Борбенчук Ірина Миколаївна borbenchuk.iryana@iil.kpi.ua</i>
Розміщення курсу	https://classroom.google.com/c/MzcyMTI3ODc4NzA0?cjc=kgvi4hu

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Метою дисципліни є формування і вдосконалення навичок створення рекламних та PR-текстів із залученням сучасних методик, технік і технологій. Дисципліна сприяє умінню розробляти стратегію рекламного тексту, його креативну ідею; складати нейми, слогани, рекламні заголовки, основний рекламний текст; добирати засоби візуалізації рекламних звернень, розробляти дизайн рекламних і PR-матеріалів; використовувати прийоми посилення аргументації завдяки мовним засобам; створювати комерційні, презентаційні тексти для публікації.

Успішне опанування дисципліни передбачає такі результати навчання:

- створювати усні й письмові тексти різних жанрів і стилів, застосовуючи типові алгоритми, прийоми вербального впливу, засоби візуалізації;
- використовувати мови, що вивчаються, в усній та письмовій формі, у різних жанрово-стильових різновидах і регістрах спілкування для розв'язання комунікативних завдань у різних сферах життя;
- знати й розуміти основні поняття, теорії та концепції обраної філологічної спеціалізації, уміти застосовувати їх у професійній діяльності.

В результаті засвоєння вибіркового освітнього компонента формується низка фахових компетентностей:

- здатність застосовувати поглиблені знання з обраної філологічної спеціалізації (копірайтинг у рекламі та PR) для вирішення професійних завдань;
- здатність усвідомлювати принципи організації мови, її природу, функції, рівні та структурну типологію мов світу;

- здатність до редагування, реферування, анотування та систематизації різних типів текстів, зокрема таких, що належать до PR-текстів різних типів та жанрів.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Освітній компонент належить до циклу професійної підготовки. Обов'язковими передумовами для вивчення дисципліни є успішне засвоєння нормативних освітніх компонентів «Сучасна українська мова та культура. Українська мова за професійним спрямуванням», «Сучасна українська мова, Стилістика сучасної української мови», «Вступ до філософії».

3. Зміст навчальної дисципліни

Форма навчання	Всього		Розподіл навчального часу та видами занять		Контрольні заходи	
	кредитів	годин	практичні	СРС	МКР	Семестрова атестація
Денна	4	120	56	64	-	Залік

Тематичний план освітнього компонента

Розділ 1. Копірайтинг як вид професійної діяльності

Тема 1.1. Поняття «копірайтинг». Основи професії й завдання копірайтера.

Тема 1.2. Брендінг, цільова аудиторія.

Тема 1.3. Теорія неймінгу. Слоганістика.

Тема 1.4. SMM. Особливості контент маркетингу і роботи з контентом у соцмережах.

Тема 1.5. Практикум. Натхнення для розвитку копірайтера.

Розділ 2. Принципи та механізми у створенні рекламних текстів

Тема 2.1. Форми і види текстів.

Тема 2.2. Засоби сторітелінгу (сюжет, композиція тексту, розвиток конфлікту).

Тема 2.3. Виразальні засоби і прийоми психологічного впливу.

Тема 2.4. Вживання мовних штампів і кліше.

Тема 2.5. Практикум. Творчі інструменти при написанні рекламних оголошень.

Розділ 3. Особливості складання текстів великих форм

Тема 3.1. Статті, логнґриди, PR-матеріали.

Тема 3.2. Технологія написання інтерв'ю, путівників, мемуарів.

Тема 3.3. Критичні тексти про спорт, мистецтво.

Тема 3.4. Авторський стиль та інструменти його формування.

Тема 3.5. Практикум. Творчі інструменти при написанні медіатекстів.

Розділ 4. Стилістика текстів різних типів

Тема 4.1. Роль редагування різних типів тексту.

Тема 4.2. Застосування нового українського правопису.

Тема 4.3. Літературна і «жива» мова у роботі з текстом.

Тема 4.4. Робота з текстами для різних вікових груп.

Тема 4.5. Практикум. Пошуки ідей для рекламників і PR-копірайтерів.

Розділ 5. Історія копірайтингу в постатях

Тема 5.1. Концепція «наукової реклами» Клода Хопкінса (1866-1932). Рекламні кампанії Альберта Ласкера (1880-1952), Брюса Бартонна (1886-1967).

Тема 5.2. Креативна революція в рекламі: Лео Бернетт (1891-1971), Девід Огілві (1911-1999).

Тема 5.3. Креативна революція в рекламі: Білл Бернбах (1911-1971), Россер Рівз (1910-1984).

Тема 5.4. Інноваційні підходи в рекламі: Джордж Геллап (1091-1984), Чарльз Саатчі (нар. 1943).

Тема 5.5. Розвиток реклами в незалежній Україні.

Тема 5.6. Українська реклама у XXI ст.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базова література:

1. Бикова О.М. Репортаж: історія, теорія, практика : навчальний посібник. Міністерство освіти і науки України, Міністерство культури України, Київський національний університет культури і мистецтв. Київ : Київський національний університет культури і мистецтв, 2017. 244 с.
https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000604003&local_base=KPI01
2. Джефкінс Ф. Реклама = Advertising : практичний посібник / Френк Дженкінс ; доповнення і ред. Даніела Ядіна ; пер. з 4-го англ. видання О.О. Чистякова. Київ : Знання, 2008. 565 с. : іл.
https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000324359&local_base=KPI01
3. Digital Storytelling in Higher Education [electronic resource] : International Perspectives / edited by Grete Jamissen, Pip Hardy, Yngve Nordkvelle, Heather Pleasants. // Springer eBooks - Cham : Springer International Publishing : Imprint: Palgrave Macmillan, 2017. XXXI, 399 p.
https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000622753&local_base=KPI01

Додаткова література:

1. Лівін, М. Сторітелінг для очей, вух і серця / Марк Лівін. - Київ : Наш формат, 2020. - 180 сторінок. https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000618441&local_base=KPI01
2. Digital Storytelling [electronic resource] : Form and Content / edited by Mark Dunford, Tricia Jenkins. // Springer eBooks - London : Palgrave Macmillan UK : Imprint: Palgrave Macmillan, 2017. XIII, 244 p. 14 illus.
https://opac.kpi.ua/F/?func=direct&doc_number=000624917&local_base=KPI01

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

№ ПЗ	Тема	Аудиторні години
1	Розділ 1. Копірайтинг як вид професійної діяльності Тема 1.1. Поняття «копірайтинг». Основи професії й завдання копірайтера. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
2	Тема 1.2. Брендинг, цільова аудиторія. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
3	Тема 1.3. Теорія неймінгу. Слоганістика. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
4	Тема 1.4. SMM. Особливості контент маркетингу і роботи з контентом у соцмережах. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
5	Тема 1.5. Практикум. Натхнення для розвитку копірайтера. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
6	Розділ 2. Принципи та механізми у створенні рекламних текстів	2

	Тема 2.1. Форми і види текстів.	
7	Тема 2.2. Засоби сторітелінгу (сюжет, композиція тексту, розвиток конфлікту). Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
8	Тема 2.3. Виразальні засоби і прийоми психологічного впливу. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
9	Тема 2.4. Вживання мовних штампів і кліше. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
10	Тема 2.5. Практикум. Творчі інструменти при написанні рекламних оголошень. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
11	Розділ 3. Особливості складання текстів великих форм Тема 3.1. Статті, логнґриди, PR-матеріали. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
12	Тема 3.2. Технологія написання інтерв'ю, путівників, мемуарів. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
13	Тема 3.3. Критичні тексти про спорт, мистецтво. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
14	Тема 3.4. Авторський стиль та інструменти його формування. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
15	Тема 3.5. Практикум. Творчі інструменти при написанні медіатекстів. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
16	Розділ 4. Стилїстика текстів різних типів Тема 4.1. Роль редагування різних типів тексту. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
17	Тема 4.2. Застосування нового українського правопису. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
18	Тема 4.3. Літературна і «жива» мова у роботі з текстом. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
19	Тема 4.4. Робота з текстами для різних вікових груп. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
20	Тема 4.5. Практикум. Пошуки ідей для рекламників і PR-копірайтерів. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
21	Розділ 5. Історія копірайтингу в постатях Тема 5.1. Концепція «наукової реклами» Клода Хопкінса (1866-1932). Рекламні кампанії Альберта Ласкера (1880-1952), Брюса Бартона (1886-1967). Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
22	Тема 5.2. Креативна революція в рекламі: Лео Бернетт (1891-1971), Девід Огілві (1911-1999). Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
23	Тема 5.3. Креативна революція в рекламі: Білл Бернбах (1911-1971), Россер Рівз (1910-1984). Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
24	Тема 5.4. Інноваційні підходи в рекламі: Джордж Геллап (1091-1984), Чарльз Саатчі (нар. 1943). Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
25	Тема 5.5. Розвиток реклами в незалежній Україні. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
26	Тема 5.6. Українська реклама у XXI ст. Практичне завдання: виконання вправ за темою заняття.	2
27	Захист індивідуальних завдань	2
28	Підвищення рейтингу. Залік	2
Всього:		56

6. Самостійна робота студента

№ ПЗ	Тема	СРС
1	Розділ 1. Копірайтинг як вид професійної діяльності Тема 1.1. Поняття «копірайтинг». Основи професії й завдання копірайтера. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
2	Тема 1.2. Брендинг, цільова аудиторія. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
3	Тема 1.3. Теорія неймінгу. Слоганістика. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
4	Тема 1.4. SMM. Особливості контент маркетингу і роботи з контентом у соцмережах. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
5	Тема 1.5. Практикум. Натхнення для розвитку копірайтера. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
6	Розділ 2. Принципи та механізми у створенні рекламних текстів Тема 2.1. Форми і види текстів. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
7	Тема 2.2. Засоби сторітелінгу (сюжет, композиція тексту, розвиток конфлікту). Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
8	Тема 2.3. Виразальні засоби і прийоми психологічного впливу. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
9	Тема 2.4. Вживання мовних штампів і кліше. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
10	Тема 2.5. Практикум. Творчі інструменти при написанні рекламних оголошень. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
11	Розділ 3. Особливості складання текстів великих форм Тема 3.1. Статті, логнґриди, PR-матеріали. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
12	Тема 3.2. Технологія написання інтерв'ю, путівників, мемуарів. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
13	Тема 3.3. Критичні тексти про спорт, мистецтво. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
14	Тема 3.4. Авторський стиль та інструменти його формування. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
15	Тема 3.5. Практикум. Творчі інструменти при написанні медіатекстів. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
16	Розділ 4. Стилїстика текстів різних типів Тема 4.1. Роль редагування різних типів тексту. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
17	Тема 4.2. Застосування нового українського правопису. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
18	Тема 4.3. Літературна і «жива» мова у роботі з текстом. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
19	Тема 4.4. Робота з текстами для різних вікових груп. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
20	Тема 4.5. Практикум. Пошуки ідей для рекламників і PR-копірайтерів. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
21	Розділ 5. Історія копірайтингу в постатях Тема 5.1. Концепція «наукової реклами» Клода Хопкінса (1866-1932). Рекламні кампанії Альберта Ласкера (1880-1952), Брюса Бартона (1886-1967). Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
22	Тема 5.2. Креативна революція в рекламі: Лео Бернетт (1891-1971), Девід Огілві (1911-1999). Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2

23	Тема 5.3. Креативна революція в рекламі: Білл Бернбах (1911-1971), Россер Рівз (1910-1984). Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
24	Тема 5.4. Інноваційні підходи в рекламі: Джордж Геллап (1091-1984), Чарльз Саатчі (нар. 1943). Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
25	Тема 5.5. Розвиток реклами в незалежній Україні. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
26	Тема 5.6. Українська реклама у XXI ст. Виконання домашнього навчального завдання за темою заняття.	2
27	Захист індивідуальних завдань.	4
28	Підвищення рейтингу. Залік.	8
Всього:		64

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відвідування практичних занять, активна робота на них і виконання домашніх завдань необхідні для, розвитку практичних навичок і компетентностей та досягнення програмних результатів навчання загалом. Перед практичним заняттям здобувач вищої освіти ознайомлюється з рекомендованою літературою, наданою викладачем. Усі необхідні навчальні матеріали викладач розміщує на гуглдиску або в онлайн середовищі Google Classroom, доступ до якого мають студенти, які вивчають цей освітній компонент.

Актуальну інформацію щодо організації навчального процесу з дисципліни студенти отримують через повідомлення у групі в Telegram/Viber або Електронному кампусі. Під час змішаної форми навчання заняття проходять у форматі відеоконференцій на платформі дистанційного навчання «Сікорський».

Виконані домашні навчальні завдання здобувачі вищої освіти завантажують у свої папки на гуглдиску або здають через Google Classroom, доступ до яких надає викладач протягом першого тижня навчання. *Термін виконання* домашнього навчального завдання – *1 тиждень з моменту отримання або згідно з інструкціями викладача*. Завдання, подані на перевірку після закінчення визначеного терміну, оцінюються в 0 балів. Якщо студент не здав завдання протягом визначеного терміну з поважної причини, яку підтверджує офіційний документ (довідка про непрацездатність, службова записка тощо), він може представити виконані завдання за графіком, узгодженим з викладачем, але не пізніше 25 практичного заняття. Перескладання домашніх навчальних завдань з метою підвищення оцінки не передбачено. Відпрацювання пропущених без поважної причини занять за рахунок виконання додаткових навчальних завдань не передбачено.

Поточний контроль. Викладач регулярно заносить результати поточного контролю в модуль «Поточний контроль» Електронного кампусу згідно з Положенням про поточний, календарний і семестровий контроль в КПІ ім. Ігоря Сікорського. Детальніше: https://document.kpi.ua/2020_7-137. Ознайомитися з результатами поточного контролю студент може в особистому кабінеті в Електронному кампусі.

Правила призначення заохочувальних балів. Відповідно до Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>), заохочувальні бали не входять до основної 100-бальної шкали РСО і не можуть перевищувати 10% рейтингової шкали, тобто максимальна кількість додаткових балів – 6. Для підвищення мотивації здобувачів вищої освіти займатися науково-дослідницькою роботою, їм призначають заохочувальні бали за участь у науково-практичних конференціях, семінарах, круглих столах і воркшопх за тематикою освітнього компонента (за умови публікації тез доповіді або наявності

сертифікату про участь у відповідному заході). Підставою для нарахування заохочувальних балів може бути участь у перекладацьких проектах КПІ ім. Ігоря Сікорського. Штрафні бали з освітнього компоненту не передбачені.

Академічна доброчесність. Політика та принципи академічної доброчесності визначені у розділі 3 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (<https://kpi.ua/code>) та Положенні про систему запобігання академічному плагіату (<https://osvita.kpi.ua/node/47>).

Норми етичної поведінки. Норми етичної поведінки студентів і працівників визначені у розділі 2 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>.

Процедура оскарження результатів контрольних заходів. Студенти мають право аргументовано оскаржити результати будь-яких контрольних заходів, пояснивши з яким критерієм не погоджуються. Процедурю деталізовано в Положенні про апеляції в КПІ ім. Ігоря Сікорського.

Інклюзивне навчання. Освітній компонент може викладатися для більшості студентів з особливими освітніми потребами, окрім студентів з серйозними вадами зору, які не дозволяють виконувати завдання за допомогою персональних комп'ютерів, ноутбуків та/або інших технічних засобів. Детальніше про забезпечення інклюзивності освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського за посиланням <https://osvita.kpi.ua/node/172>.

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Процедура оцінювання результатів навчання за цим освітнім компонентом, форми контролю і рейтингова система оцінювання регламентовані Положенням про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/37>) та Положенням про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/32>).

Результати навчання з дисципліни оцінюються за PCO першого типу, тобто підсумкова оцінка здобувача формується на основі виконання всіх завдань, передбачених контрольними заходами. Оцінювання результатів навчання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Оцінювання та поточний контроль. Система оцінювання орієнтована на отримання балів за роботу на практичних заняттях, виконання завдань поточного контролю, захисту індивідуальних завдань в кінці семестру. *Рейтинг* студентів з освітнього компоненту складається з балів, отриманих за:

- 1) роботу на 26 практичних заняттях;
- 2) виконання завдань поточного контролю;
- 3) захист індивідуальних завдань.

№ з/п	Контрольний захід	%	Ваговий бал	Кіл-ть	Всього
1.	Робота на практичних заняттях	52%	2	26	52
2.	Завдання поточного контролю	22%	22	1	22
3.	Захист індивідуальних завдань	26%	26	1	26
	Всього				100

Максимальний ваговий бал за роботу на практичному занятті – 2 бали:

«відмінно» - 1,8 – 2 бали;

«добре» - 1,5 – 1,7 балів;

«задовільно» - 1,2 – 1,4 бали.

«незадовільно» - 0 балів

Критерії оцінювання роботи на практичних заняттях.

“відмінно” – високий рівень роботи на практичних заняттях (критерії: якість виконання завдань, володіння навчальним матеріалом, розв’язання задач стандартним і оригінальним способом, висловлювання креативних ідей) 1,8 – 2 бали;

“добре” – належний рівень роботи на практичному занятті (критерії: якість виконання завдань, володіння навчальним матеріалом, розв’язання задач стандартним способом, незначні помилки при обґрунтуванні власних думок) 1,5 – 1,7 балів;

“задовільно” – задовільний рівень роботи на практичному занятті (критерії: якість виконання завдань, фрагментарне володіння навчальним матеріалом, відсутність аналізу і обґрунтування власних думок) 1,2 – 1,4 бали.

Робота поточного контролю виконується письмово та включає 22 тестових завдання, кожна правильна відповідь оцінюється в 1 бал. Максимальний ваговий бал за роботу поточного контролю – 22 бали.

«відмінно» - 19,8 – 22 бали;

«добре» - 16,5 – 19,7 балів;

«задовільно» - 13,2 – 16,4 бали;

«незадовільно» - 0 балів.

Критерії оцінювання роботи поточного контролю.

«відмінно» - високий рівень виконання завдання - 19,8 – 22 бали;

«добре» - належний рівень виконання завдання (1-2 незначні помилки) - 16,5–19,7 балів;

«задовільно» - задовільний рівень виконання завдання (3-4 незначні помилки, 2-3 суттєві помилки) - 13,2–16,4 бали;

«незадовільно» - незадовільний рівень виконання завдання – 0 балів.

Захист індивідуальних завдань складається з двох частин та передбачає захист ідей , проєктів (презентацію).

- перша частина – це створення рекламної концепції нового товару чи послуги (бренд, можливі слогани) – 10 балів.

- друга частина – написання тексту опису послуги й товару (16 балів).

Максимальний ваговий бал за захист індивідуальних завдань – 26 балів.

«відмінно» - 23,4 – 26 балів;

«добре» - 19,5 – 23,3 бали;

«задовільно» - 15,6 – 19,4 балів;

«незадовільно» - 0 балів.

Критерії оцінювання роботи першого завдання:

«відмінно» - 9 – 10 балів – коректне виконання завдання, що демонструє глибоке розуміння предмету вивчення й повну сформованість фахових компетентностей за відповідним освітнім компонентом, зазначених у п. 1 цього силабусу (не менше 90% потрібної інформації); студент демонструє оригінальні ідеї, цілісну концепцію, використовує художні прийоми виразності та психологічного впливу.

«добре» - 7,5 – 8,9 балів – виконання всіх завдань з деякими помилками та/або неточностями, які свідчать про ґрунтовне розуміння теоретичних основ дисципліни й сформованість фахових компетентностей за цим освітнім компонентом на високому рівні (не менше 75% потрібної

інформації); студент демонструє вміння створювати рекламну концепцію товару чи послуги, бренд і представлені слогани створені з деякими неточностями, допустимі поодинокі помилки.

«задовільно» - 6 – 7,4 бали – неповне виконання завдань з низкою помилок та/або неточностей, при якому студент демонструє фрагментарні знання з дисципліни (не менше 60% потрібної інформації); студент має обмежені вміння створювати рекламний текст, формулювати концепцію рекламованого товару чи послуги, обмежене використання засобів художньої виразності.

«незадовільно» - 0 балів – завдання не виконано або виконано незадовільно, що свідчить про недостатню сформованість передбачених фахових компетентностей, знань і вмінь (менше 60% потрібної інформації); робота студента не відповідає вимогам.

Критерії оцінювання роботи другого завдання:

«відмінно» - 14,4 – 16 бали – високий рівень виконання завдання, що демонструє глибоке розуміння предмету вивчення й повну сформованість фахових компетентностей за відповідним освітнім компонентом, зазначених у п. 1 цього силабусу (не менше 90% потрібної інформації);

«добре» - 12 – 14,3 балів – виконання всіх завдань з деякими помилками та/або неточностями, які свідчать про ґрунтовне розуміння теоретичних основ дисципліни й сформованість фахових компетентностей за цим освітнім компонентом на високому рівні (не менше 75% потрібної інформації); Належний рівень виконання завдання (1-2 незначні помилки);

«задовільно» - 9,2 – 11,9 бали - неповне виконання завдань з низкою помилок та/або неточностей, при якому студент демонструє фрагментарні знання з дисципліни (не менше 60% потрібної інформації);

«незадовільно» – 0 балів – завдання не виконано або виконано незадовільно, що свідчить про недостатню сформованість передбачених фахових компетентностей, знань і вмінь (менше 60% потрібної інформації).

Календарний контроль провадиться на 7-8 тижні весняного семестру як моніторинг поточного стану виконання вимог силабусу здобувачем вищої освіти. Для отримання позитивної оцінки з календарного контролю поточний рейтинг здобувача повинен становити не менше 50% від максимально можливого на час проведення цього контролю.

Критерій		I календарний контроль	II календарний контроль
Термін календарного контролю		8-ий тиждень	-
Умови отримання атестації	Поточний рейтинг	≥ 25 балів	-

Семестровий контроль у формі заліку проводиться на останньому занятті з освітнього компонента. Здобувач отримує позитивну залікову оцінку за результатами його роботи протягом семестру, якщо у підсумку він набрав не менше 60 балів та виконав умови допуску до семестрового контролю.

Умовою допуску до семестрового контролю є позитивна оцінка з роботи на практичних заняттях та поточного контролю (≥ 20 балів).

Студент виконує залікову контрольну роботу, якщо а) він виконав умови допуску до заліку, але його підсумковий рейтинг за семестр нижчий за 60 балів; б) він хоче підвищити поточну оцінку з освітнього компонента.

Якщо здобувач виконує *залікову контрольну роботу*, його попередній рейтинг скасовується і він отримує остаточну оцінку за її результатами. Залікова контрольна робота оцінюється у *100 балів* і містить завдання за темами освітнього компонента.

Залікова контрольна робота проводиться у письмовій формі, складається з двох практичних завдань. Перше завдання передбачає виконання тесту; друге завдання – написати іміджеву статтю на запропоновану тему.

Ваговий бал за кожне із завдань – 50 балів.

Виконання першого завдання залікової роботи оцінюється за такою шкалою:

- «відмінно» – безпомилкове виконання завдань тесту. Допускаються одна чи дві помилки – 45-50 балів.
- «добре» – повне виконання завдання та виконання завдання з незначними помилками – 30-44 балів.
- «задовільно» – неповне виконання завдання та виконання завдання з кількома незначними помилками – 15-29 балів.
- «незадовільно» – незадовільна відповідь, виконання менше 60% контрольного завдання – 0 балів.

Виконання другого завдання залікової роботи оцінюється за такою шкалою:

- «відмінно» – безпомилкове виконання завдання, аргументовано та всебічно розкрито тему із використанням теоретичних знань та практичних умінь, вирішення проблем стандартним шляхом або із використанням нетрадиційних методів і підходів – 45-50 балів.
- «добре» – повне виконання завдання із використанням обов'язкової літератури та теоретичних знань; розв'язання проблем стандартним шляхом із допуском неточностей і незначних помилок – 30-44 балів.
- «задовільно» – неповне виконання, робота викладена фрагментарно та не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань – 15-29 балів.
- «незадовільно» – незадовільна відповідь, виконання менше 60% контрольного завдання – 0 балів.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

<i>Кількість балів</i>	<i>Оцінка</i>
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

9.1. На залікову контрольну роботу винесено тематичний матеріал, прописаний у п. 5 цього силабусу.

9.2. Для цього освітнього компонента передбачене визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті згідно з процедурою, прописаною у Положенні про визнання в

КПІ ім. Ігоря Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті (<https://osvita.kpi.ua/node/179>).

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено доцентом кафедри ТПП АМ, к. філол. н. Борбенчук І.М.

Ухвалено кафедрою ТПП АМ (протокол №1 від 31 серпня 2022 р.)

Погоджено Методичною комісією факультету (протокол №1 від 31 серпня 2022 р.)