

	<p align="center">Силабус навчальної дисципліни «ПОЛІТИЧНИЙ КОПІРАЙТИНГ» ОПП «Політологія»</p> <p align="center">Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»</p> <p align="center">Спеціальність: 052 «Політологія»</p>
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна є обов'язковою компонентою ОП
Курс	3
Семестр	6
Обсяг дисципліни, Кредити ЄКТС / год.	3,5 кредити/105 годин
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Дисципліна покликана ознайомити студентів з принципами та технологіями політичного копірайтингу
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Дисципліна «Політичний копірайтинг» дає уявлення про креативний процес роботи з текстами при висвітленні політичних подій, допомагає сформуванню і розвинути первинні навички створення креативних концепцій і практичні навички написання різних видів текстової продукції для політичної кампанії кандидата. А також формує уявлення про особливості роботи копірайтерів в рекламних агентствах і про процес копірайтингу у політичних комунікаціях
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - знання основних підходів до визначення понять «копірайтер», «політичний продукт», «лонгрід», «неймінг», «прес-реліз», «прес-анонс»; - знання предмету і структури політичних технологій; закономірностей планування політичних кампаній; - вміння аналізувати політичні рекламні тексти; - знати специфічні особливості написання рекламних текстів як для різних цільових аудиторій, так і для різних медіаносіїв; - розрізняти основні види роботи з політичною рекламою; - вміння працювати з політичним продуктом в різних соціальних мережах; - створювати позитивний імідж політичного кандидата; - створювати та вести форуми, чати, блоги, сайти для політичних сил; - аналізувати політичні процеси і оцінювати ефективність політичного управління
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	<p>Уміння створювати тексти для соціальних мереж digital-копірайтинг служб виборчих штабів;</p> <ul style="list-style-type: none"> - здатність розробляти рекламу політичної організації, рекламу політичного діяча, рекламу політичного проекту; - уміння визначати цільову аудиторію для проведення успішної політичної кампанії; - здатність створювати позитивний імідж політичного продукту; - уміння ведення ефективної політичної агітації
Навчальна логістика	<p>Зміст дисципліни:</p> <p>Види та специфіка копірайтингу. Неймінг та слоганістика. Копірайтинг у політичних комунікаціях. Види політичної реклами. Особливості копірайтингу в соціальних мережах (digital копірайтинг). Копірайтинг 2.0. - створення та ведення форумів, чатів, блогів, сайтів для політичних сил. Використання LSI (latent semantic indexing). Робота з ретвітами (retweet),</p>

	<p>цитованими повідомленнями. Особливості Twitter комунікації. Написання лонгвідів для політичних кандидатів. Написання прес-релізу та прес-анонсу. Робота медіаексперта при політичному штабі партії. Підготовка та укладання портфоліо копірайтера. Створення рекламних роликів політиків, політичних партій.</p> <p>Аналіз та оцінка передвиборчих програм кандидатів.</p> <p>Досвід зарубіжних країн та сучасні українські моделі організації ефективного спічрайтерства.</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методика навчання: навчальна дискусія, лекції-візуалізації, робота в малих групах, мозковий штурм,</p> <p>Форми навчання: очна, дистанційна</p>
Пререквізити	Загальні та фахові знання, отримані на першому та другому році навчання бакалаврського рівня здобуття вищої освіти із політології
Пореквізити	Знання із дисципліни допоможуть студентам при проходженні практик та при підготовці до написання кваліфікаційної роботи
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері: підручник/НАН України, Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. – Київ, 2013. – 472 с. 2. Звєгинцова М. Копірайтинг та особливості його викладання майбутнім фахівцям у галузі соціальних комунікацій. – Київ. 2019. № 9. С. 20-24. 3. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю. – Київ. 2011. 432 с.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Ауд. 605, корпус 8 НАУ, лабораторія кафедри соціології та політології
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Екзамен
Кафедра	Соціології та політології
Факультет	Лінгвістики та соціальних комунікацій
Викладач	 <p>ПІБ: Морозова Олена Олександрівна Посада: доцент Науковий ступінь: кандидат наук із соціальних комунікацій Профіль ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5255-2371 Сфера наукових інтересів (ключові слова): Мовленнєві стратегії, масовокомунікаційний вплив, соціологічні методи дослідження впливу, політична реклама, політичний копірайтинг, сторітелінг, PR в державному управлінні, особистий брендинг, національний брендинг. Тел.: 044 406 71 53 Робоче місце: к. 707, корпус 8 E-mail: olena.morozova@npp.nau.edu.ua</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс
Лінк	