

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Факультет/інститут економічний

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВК. Спічрайтинг

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність D5 Маркетинг

Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право

Затверджено на засіданні
кафедри менеджменту і маркетингу
Протокол № 5 від 19 лютого 2026 р.

м. Івано-Франківськ – 2026 р.

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Спічрайтинг
Викладач (-і)	к.е.н., викд. Шпак А.Д.
Контактний телефон викладача	(0342)55-32-32
Е-mail викладача	andriy.shpak@pnu.edu.ua
Формат Дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного Навчання	https://test-d-learn.pnu.edu.ua/teacher/course/
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу консультацій
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>В умовах інформаційного суспільства, цифрової трансформації комунікацій та зростання ролі публічних виступів у професійній діяльності перед фахівцями різних сфер постає потреба не лише у володінні знаннями, а й у вмінні переконливо, структуровано та стратегічно їх презентувати. Сучасне середовище характеризується високою конкуренцією ідей, швидкістю поширення інформації та підвищеними вимогами до публічної комунікації, що актуалізує значення професійного спічрайтингу як інструменту формування іміджу, впливу на аудиторію та досягнення комунікаційних цілей.</p> <p>У цьому контексті акцент зміщується з простого інформування на створення змістовних, логічно побудованих і емоційно насичених текстів виступів, здатних формувати довіру, посилювати репутацію та забезпечувати ефективну взаємодію з різними цільовими аудиторіями. Спічрайтинг стає важливою складовою професійної діяльності управлінців, політиків, підприємців, громадських діячів та експертів, оскільки поєднує аналітичне мислення, стратегічну комунікацію та риторичну майстерність.</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Мета курсу: формування та розвиток у студентів загальних і професійних компетентностей у сфері публічної комунікації, риторики та стратегічного текстотворення, а також формування системи теоретичних знань щодо підготовки публічних виступів і практичних навичок створення переконливих промов для різних цільових аудиторій.</p> <p>Цілі курсу відображаються в основних результатах навчання та здатності студентів аналізувати комунікаційну ситуацію й аудиторію, визначати мету та завдання виступу, структурувати текст промови відповідно до логіки аргументації, застосовувати риторичні та психологічні інструменти впливу, формувати імідж спікера, адаптувати стиль і тональність до контексту, а також розробляти стратегічні тексти виступів для управлінської, політичної, бізнесової та громадської діяльності.</p>	
4. Програмні компетентності та результати навчання	

Компетентності:*Загальні компетентності:*

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел..

Фахові компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та здійснення маркетингового аналізу й прогнозування.

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації.

Результати навчання:

ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу, зокрема в контексті публічної комунікації та спічрайтингу.

ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу (включно зі стратегічним комунікаційним текстотворенням) для досягнення конкретних цілей і вирішення задач.

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати їх результати і обґрунтовувати рішення — включно зі створенням ефективних виступів і промов.

ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової комунікації та публічних виступів відповідно до завдань спічрайтингу.

ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів та публічних дискусій.

ПРН 9. Розуміти сутність застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття рішень (зокрема в підготовці промов і комунікаційних стратегій).

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	16
практичні (семінарські)	14
самостійна робота	60

Ознаки навчальної дисципліни

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / Вибірковий
III	D5 Маркетинг	II	Вибірковий

Тематика навчальної дисципліни

Тема, план	Кількість годин		
	лекція	практичне (семінарське) заняття	самостійна робота
Тема 1. Місце спічрайтингу в маркетинговій діяльності. Сутність спічрайтингу та його роль у системі маркетингових комунікацій. Місце спічрайтингу у формуванні бренду та іміджу компанії. Взаємозв'язок спічрайтингу зі стратегією маркетингових комунікацій підприємства. Використання спічрайтингу як інструменту впливу на цільову аудиторію. Оцінка ефективності публічних виступів у маркетинговій діяльності.	2/-	1/1	6/10

<p>Тема 2. Паралінгвістичні засоби риторичного впливу. Сутність паралінгвістичних засобів у риторичному впливі. Види паралінгвістичних засобів (інтонація, тембр, темп, паузи, гучність) та їх характеристика. Роль невербальних компонентів мовлення у підсиленні переконливості виступу. Психологічний вплив паралінгвістичних елементів на сприйняття аудиторією. Використання паралінгвістичних засобів у побудові ефективної публічної комунікації.</p>	2/1	2/1	8/10
<p>Тема 3. Аудиторія в риторичному процесі. Сутність аудиторії в риторичному процесі та її роль у побудові публічного виступу. Типологія аудиторій та їх характеристика. Психологічні особливості сприйняття інформації різними типами аудиторії. Методи аналізу та сегментації аудиторії перед підготовкою виступу. Адаптація змісту, стилю та аргументації промови відповідно до характеристик аудиторії.</p>	2/-	2/1	8/10
<p>Тема 4. Підготовка спічрайтерського твору. Методика написання твору. Сутність спічрайтерського твору та його специфіка в системі публічної комунікації. Етапи підготовки спічрайтерського тексту: аналіз завдання, аудиторії та контексту виступу. Структурні елементи промови та принципи логічної побудови тексту. Методика написання спічрайтерського твору: формування тези, аргументації та риторичних засобів впливу. Редагування, адаптація та тестування тексту перед публічним виступом.</p>	2/1	2/1	8/10
<p>Тема 5. Теоретичні основи підготовки усного публічного виступу (промови). Сутність та значення усного публічного виступу в системі професійної комунікації. Класичні та сучасні теорії риторики як основа підготовки промови. Структурна модель публічного виступу та її логічні елементи. Принципи аргументації та переконання в усній комунікації. Психологічні аспекти сприйняття усного виступу аудиторією.</p>	2/-	2/-	8/10
<p>Тема 6. Спічрайтинг в маркетингу. Спічрайтинг як технологія інтегрованих маркетингових комунікацій. Сутність спічрайтингу в маркетингу та його роль у формуванні комунікаційної стратегії підприємства. Спічрайтинг як інструмент інтегрованих маркетингових комунікацій. Взаємодія спічрайтингу з PR, брендингом, рекламою та digital-комунікаціями. Використання спічрайтингу для формування іміджу бренду та довіри до компанії. Оцінка ефективності спічрайтингу як складової інтегрованих маркетингових комунікацій..</p>	2/1	1/-	8/10
<p>Тема 7. Підготовка та написання PR- текстів. Сутність PR-текстів та їх роль у системі публічних комунікацій. Класифікація PR-текстів та особливості їх структури. Етапи підготовки та написання PR-текстів. Принципи інформаційної, іміджевої та переконливої побудови PR-матеріалів. Оцінка ефективності PR-текстів у формуванні репутації та громадської думки.</p>	2/-	2/1	6/10

<p>Тема 8. Підготовка та проведення пресконференції за участі спічрайтера. Технології впливу в спічрайтингу.</p> <p>Сутність та етапи підготовки пресконференції за участі спічрайтера. Роль спічрайтера у формуванні ключових повідомлень та сценарію заходу. Структура виступу та підготовка відповідей на запитання журналістів. Технології риторичного та психологічного впливу в спічрайтингу. Оцінка ефективності пресконференції та комунікаційного результату.</p>	2/1	2/1	8/10
Разом	16/4	14/6	60/80

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

<p>Загальна система оцінювання навчальної дисципліни</p>	<p>Система оцінювання знань здобувачів освіти з навчальної дисципліни включає поточний та семестровий контроль знань. Поточний контроль здійснюється під час проведення аудиторних занять і має на меті перевірку знань здобувачів з окремих тем навчальної дисципліни та рівня їх підготовленості (усні відповіді, доповіді, дискусії, розв'язування практичних ситуацій (задач), тестування, контрольні роботи).</p> <p>Оцінки отримані здобувачами, виставляються в електронні академічні журнали в 100 бальній шкалі.</p> <p>Накопичення балів студентом під час вивчення дисципліни проводиться у такому співвідношенні:</p> <ul style="list-style-type: none"> – поточне оцінювання – 80 балів; – самостійна робота – 20 балів. <p>Семестровий контроль у формі заліку передбачає, що підсумкова оцінка (у стобальній шкалі) з навчальної дисципліни визначається наростаючим підсумком як сума оцінок за поточне оцінювання, та самостійну роботу відповідно до їх розподілу у електронному журналі.</p> <p>Підсумкова залікова оцінка виставляється на останньому практичному (семінарському) занятті.</p> <p>Результати оцінювання заносяться до електронних екзаменаційних відомостей навчання здобувачів освіти.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти з усіх видів навчальної роботи здійснюється за стобальною шкалою і переводиться у національну шкалу та шкалу ECTS за схемою:</p>
--	---

	<p>Зараховано – «відмінно» (90-100 балів) – (А – за шкалою ECTS)– здобувач демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;</p> <p>Зараховано – «добре» (70-89 балів) (за шкалою ECTS: 80-89 – В; 70-79 – С) – здобувач демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності у розв’язках;</p> <p>Зараховано – «задовільно» 50-69 балів (за шкалою ECTS: 60-69 – D; 50-59 – E) – здобувач володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;</p> <p>Незараховано (менше 50 балів) (за шкалою ECTS: 26-49 – FX; 1-25 – F) – здобувач не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p> <p>Отримання додаткових балів за дисципліною можливе в разі виконання індивідуальних завдань, попередньо узгоджених з викладачем.</p> <p>Також за рішенням кафедри здобувачам освіти, які брали участь у роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали (див. «Порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», URL: https://surl.li/wmmuhb; «Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» URL: https://surl.li/dxovqb).</p>
Вимоги до письмових робіт	Здобувач виконує контрольні роботи головна мета яких – перевірка ступеня засвоєння здобувачами теоретичних положень курсу. У разі відсутності здобувача при написанні контрольної роботи йому надається можливість виконати цей вид роботи в межах індивідуально-консультативної роботи з викладачем або в межах визначеного викладачем відповідного практичного (семінарського) заняття.
Практичні (семінарські) заняття	Практичні (семінарські) заняття проводяться з метою формування у здобувачів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні (семінарські) заняття є ланцюжком, який пов’язує теоретичне навчання і практичні навички з дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань здобувачів.
Самостійна робота	<p>Загальний обсяг годин самостійної роботи здобувача, що відводиться на вивчення дисципліни «Спічрайтинг» складає 60 год.</p> <p>Навчальний матеріал дисципліни, передбачений для засвоєння здобувачем вищої освіти у процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль разом з навчальним матеріалом, що вивчався при проведенні аудиторних навчальних занять.</p> <p>Оцінювання самостійної роботи проводиться за окремим розкладом під час тижнів контролю за самостійною роботою. Оцінки, отримані здобувачами вищої освіти вносяться до журналу занять навчальної групи та враховуються при визначенні підсумкової оцінки з навчальної дисципліни.</p>

Умови допуску до підсумкового контролю	Максимальну оцінку 100 балів здобувач може отримати протягом семестру за всі види контролю в межах практичних (семінарських) занять та за самостійну роботу.
Підсумковий контроль	Форма контролю: залік.

7. Політика курсу

Письмові роботи: здобувач повинен самостійно виконувати навчальні завдання, завдання поточного та підсумкового контролю результатів навчання, а для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей.

Здобувачам вищої освіти, які не отримали оцінку за підсумковий семестровий контроль, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіка ліквідації академзаборгованості за встановленими в університеті правилами.

Очікується, що здобувачі будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається «Положенням про запобігання та виявлення плагіату у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (URL: <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>). Списування під час виконання завдань заборонені. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для виконання он-лайн тестування. Для обчислень можна використовувати калькулятор.

Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі здобувачі відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.

У здобувачів є можливість отримати додаткові бали пройшовши онлайн курси на навчальних платформах Prometheus, Coursera тощо. Слід враховувати, що приймаються сертифікати, які розширюють чи поглиблюють знання з дисципліни. Попередньо здобувач повинен погодити коректність обраного курсу (написавши лист на електронну адресу: natalia.suduk@pnu.edu.ua).

Результати неформальної освіти визнаються згідно «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (URL: <https://surl.li/xpiocw>).

При використанні технологій штучного інтелекту здобувачі повинні дотримуватись «Рекомендацій щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти» (URL: <https://surl.li/zntjtk>).

8. Рекомендована література та інші джерела

1. Heath R.L., Johansen W. The International Encyclopedia of Strategic Communication. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2023. 624 p. URL: <https://www.wiley.com/en-us/The+International+Encyclopedia+of+Strategic+Communication-p-9781119010715>
2. Cornelissen J. Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice. 6th ed. London: Sage Publications, 2023. 432 p. URL: <https://study.sagepub.com/cc6e>
3. Hallahan K., Holtzhausen D., van Ruler B., Verčič D., Sriramesh K. Defining Strategic Communication. International Journal of Strategic Communication. 2022. Vol. 16(1). P. 1–17. DOI: <https://doi.org/10.1080/1553118X.2021.1975161>
4. Zeffass A., Verhoeven P., Moreno A. European Communication Monitor 2024: Strategic Communication and Public Trust. Brussels: EUPRERA, 2024. URL: <https://www.communicationmonitor.eu>
5. Duarte N. DataStory: Explain Data and Inspire Action Through Story. Hoboken: Wiley, 2022. 272 p. URL: <https://www.wiley.com/en-us/DataStory-p-9781119621492>
6. Почепцов Г.Г. Комунікативні технології впливу. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2022. 296 с.
7. Ситник О.В., Коваленко М.М. Риторика та мистецтво публічного виступу. Харків: Фоліо, 2023. 240 с.
8. Артеменко Н.О. Публічні комунікації: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури, 2023. 312 с.
9. Hall J.A., Horgan T.G. Nonverbal Communication and Public Speaking Effectiveness. Journal of Nonverbal Behavior. 2022. Vol. 46(3). P. 345–360. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10919-022-00398-4>
10. Gregory A. Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach. 5th ed. London: Kogan Page, 2023. 408 p. URL: <https://www.koganpage.com/product/planning-and-managing-public-relations-campaigns-9781398602471>