КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

КАФЕДРА РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

ФІЛОСОФСЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ФІЛОСОФІЇ ГУМАНІТАРНИХ НАУК

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник директора
з навчально-виховної роботи навчально-наукового інституту журналістики
Віталій КОРНЄЄВ

_____

«____» _____ 2022 року

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник декана
з навчальної роботи
філософського факультету
Дмитро НЕЛІПА

_____

«____» _____ 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ФУНДАМЕНТАЛЬНА ФАХОВА ПІДГОТОВКА З РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

галузь знань	**06 «Журналістика»**
спеціальність	061 «Журналістика»
освітній рівень	перший, бакалавр
освітньо-наукова програма	*журналістика і соціальна комунікація*
вид дисципліни	обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	5, 6
Кількість кредитів ECTS	10
Мова викладання	українська
Форма заключного контролю	іспит

Викладачі: **Циховська Е.Д.**, д. філол. н., проф.; **Грицюта Н.М.**, д. н. із соц. ком., проф.; **Гурицька М.С.,** канд. політ. наук, доц.; **Білан Н.І.,** д. н. із соц. ком, проф.; **Діденко Л.В.,** канд. філос.н., доц.; **Шафаренко Ю.М.**, к.н. із соц.ком., доц.

Пролонговано: на 2023/2024 н.р. _____(_____) «__»___ 2023 р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 2024/2025 н.р. _____(_____) «__»___ 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____(_____) «__»___ 20__р.
(підпис, ПІБ, дата)

КИЇВ – 2022

Розробники: **Ковтун Тетяна Валентинівна,** кандидат філол. наук, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, Білан Надія Іванівна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Грицюта Наталія Миколаївна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Циховська Елліна Дмитрівна, доктор філологічних наук, професор, Діденко Лариса Віталіївна, кандидат філософських наук, доцент, Гурицька Марія Олександрівна, кандидат політологічних наук, доцент., Шафаренко Юлія Михайлівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол № ___ від «___» _____ 2022 р.

Завідувач кафедри
реклами та зв'язків з громадськістю
Валерій ІВАНОВ

_____
(підпис)

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол № __ від «___» _____ 2022 р.

Завідувач кафедри
філософії гуманітарних наук
Федір ВЛАСЕНКО

_____
(підпис)

Схвалено науково-методичною комісією *навчально-наукового інституту журналістики*

Протокол № ____ від «___» _____ 2022 року

Голова науково-методичної комісії _____ Анастасія ВОЛОБУЄВА

(підпис)

Схвалено науково-методичною комісією *філософського факультету*

Протокол № ____ від «___» _____ 2022 року

Голова науково-методичної комісії _____ Ірина МАСЛІКОВА
(підпис)

КОМПЛЕКСНА ПРОГРАМА, СЕМЕСТР 5

1. **Мета модуля «Реклама та піар в системі прикладних соціально-комунікаційних технологій»:** сформувати у студентів теоретичні й практичні знання про основні напрями діяльності спеціалістів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю як складової управлінської, комунікаційної та маркетингової політики організації. У процесі вивчення **модуля «Історія реклами та зв'язків з громадськістю»** студенти отримують уявлення про історичне становлення реклами та зв'язків з громадськістю, про чинники їх формування, відомості про основні постаті та події, що склали їх генезу. **Метою модуля «Контент-аналіз в рекламі та PR»** є надання студентам системних знань про особливості методології контент-аналізу, процес проведення контент-аналізу як формалізованого методу вивчення документів, умови, за яких саме контент-аналіз виявляється найбільщ ефективним методом аналізу рекламного та піар контенту.

2. **Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:** за результатами 1-2 курсів студенти повинні

- *Знати* основи реклами і зв'язків з громадськістю, основи журналістської діяльності; основи історії реклами і зв'язків з громадськістю; чинники впливу на розвиток реклами і зв'язків з громадськістю; основні тенденції формування рекламних і піар-технологій та історичні постаті; історико-суспільні особливості «національних шкіл» реклами і зв'язків з громадськістю; мати базові знання про конент-аналіз; особливості використання контент-аналізу, системність, об'єктивність його як якісно-кількісного методу; науковий та прикладний аспекти контент–аналізу.
- *Вміти* створювати рекламні, піар- та журналістські тексти; характеризувати розвиток реклами і зв'язків з громадськістю у контексті політичних, економічних, соціальних, правових і культурних перетворень; враховуючи національні традиції еволюційних процесів, здійснювати типологічний аналіз соціальних комунікацій на діахронічному і синхронічному рівнях, робити узагальнюючі висновки; працювати з теоретичними джерелами та даними аналітичних досліджень; здійснювати контент-аналіз; оцінювати ефективність конент-аналізу
- *Володіти елементарними навичками* роботи з науковою та навчально-методичною літературою; аргументованого та логічного усного та письмового мовлення, аналітичного мислення; проведення самопрезентації та презентації проєктів.

3. Анотація навчальної дисципліни:

Дисципліна «Фундаментальна фахова підготовка з реклами та зв'язків з громадськістю» (5 семестр) передбачає вивчення теоретичних та практичних засад основних напрямів діяльності спеціалістів у сфері зв'язків з громадськістю й реклами як складових управлінської, комунікаційної та маркетингової політики організації, аналіз відмінностей в засобах створення та розповсюдження інформації у рекламі та зв'язках з громадськістю. Розглядаються особливості функцій піар- та рекламних спеціалістів, їхньої взаємодії, а також сучасні тренди, звіти світових корпорацій, що формують реальність у рекламній та піар галузі.

Дисципліна передбачає також вивчення процесу формування реклами і зв'язків з громадськістю, їх технологій, стратегій, засобів, методів та основного інструментарію у

історичному контексті. Подано ґенезу та тенденції формування реклами та PR, їх вплив на колективне свідоме, моделі поведінки та моральні засади соціуму. Історичні уроки соціальних комунікацій – пріоритетний аспект вивчення.

У рамках дисципліни студенти також вивчають теоретичні, методологічні і практичні засади, використання контент–аналізу, визначення категорій аналізу, одиниць аналізу та одиниць рахунку; показники простору; поява категорії або ознаки категорії в тексті; частота появи категорій чи ознак категорій у текстах.

4. Завдання (навчальні цілі):

- надати майбутнім фахівцям уявлення про місце реклами та зв'язків з громадськістю у системі соціальних комунікацій; продемонструвати різницю в засобах розповсюдження інформації у рекламі та зв'язках з громадськістю; надати студентам основні інструменти пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел, зі звітами світових корпорацій, рейтингами та тенденцямиї розвитку рекламної та ПР-індустрії включно; сформувати у студентів уявлення про роль корпоративної соціальної відповідальності як необхідної складової діяльності корпорацій, окреслити сфери взаємодії КСВ та сталого розвитку з рекламою й PR;
- надати майбутнім фахівцям систематизовані знанні про історію становлення реклами та зв'язків із громадськістю, сформувати їх історичне мислення; сформувати розуміння ролі історії у сучасному світі; виробити у студентів навички науково-пошукової роботи і аналітичної обробки даних;
- прищепити студентам навички здійснення контент-аналізу рекламних та PR-текстів; сформувати в них вміння аналізувати рекламний і піар-контент за допомогою програм; навчити студентів формувати контентну стратегію для рекламних і піар-цілей, створювати зразки рекламного і піар-контенту для соціальних мереж за заданою темою.

Загалом навчальна дисципліна Фундаментальна фахова підготовка з реклами та зв'язків з громадськістю у 5 семестрі спрямована на формування таких спеціальних компетентностей, як здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності та здатність застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю у своїй професійній діяльності.

5. Результати навчання за дисципліною:

Модуль «Реклама та піар в системі прикладних соціально-комунікаційних технологій»

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		**Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання**	**Методи оцінювання та <u>пороговий</u> критерій оцінювання**	**Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни**
Код	**Результат навчання**			
1.1.	**Знати** принципи діяльності та функції спеціалістів з реклами та PR	Практичне заняття, самостійна робота.	Усна відповідь, письмові завдання.	20
1.2.	**Знати** складові понять «корпоративна соціальна відповідальність» та «сталий розвиток»	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, письмові завдання	20

2.1.	**Вміти** готувати рекламний та PR-продукт незалежно від спеціалізації	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, робота в групах.	20
2.2.	**Вміти** знаходити та аналізувати потрібну інформацію в спеціалізованих джерелах	Практичне заняття, самостійна робота	Письмові завдання, робота в групах.	20
3.1.	**Презентувати** результати власних досліджень / пошуків.	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, робота в групах.	10
3.2.	**Дискутувати** та аргументовано відстоювати власну думку	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, робота в групах.	5
4.1.	Самостійно **опрацьовувати** матеріал, керувати своїм часом.	Практичне заняття, самостійна робота		5

Модуль «Історія реклами та зв'язків з громадськістю»

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		**Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання**	**Методи оцінювання та <u>пороговий</u> критерій оцінювання**	**Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни**
Код	**Результат навчання**			
1.1.	**Знати** загальні етапи та тенденції розвитку реклами та зв'язків з громадськістю.	Лекція, самостійна робота	Письмові завдання.	20
1.2.	**Знати** основні персоналії історії реклами та зв'язків з громадськістю	Лекція, самостійна робота	Письмові завдання.	20
1.3.	**Знати** основні тенденції розвитку історії реклами та зв'язків з громадськістю.	Лекція, самостійна робота	Письмові завдання.	20
2.1.	**Вміти** аналізувати певні факти історії реклами та зв'язків з громадськістю у контексті сучасних реалій	Самостійна робота	Письмові завдання.	10
2.2.	**Вміти** зібрати і підготувати на основі друкованих ЗМІ ІІ пол. XIX – XX ст. інформаційно-аналітичні матеріали з історії реклами	Самостійна робота	Письмові завдання	10

3.1.	**Презентувати** результати власних досліджень / пошуків.	Самостійна робота	Усна відповідь, письмові завдання.	10
3.2.	Письмово **висловлювати та аргументувати** власну думку.	Самостійна робота	Письмові завдання.	5
4.1.	**Самостійно** опрацьовувати матеріал, керувати своїм часом.	Самостійна робота	Письмові завдання	5

Модуль «Контент-аналіз в рекламі та PR»

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1	**Знати** основи контент-аналізу, як інструменту характеристики рекламних та PR- текстів	практичне заняття, самостійна робота	Опитування, презентація,	20
1.2	**Знати** особливості та використання конте нт –аналізу, системність, об'єктивність, кількісний метод , науковий та прикладний контент – аналіз.	практичне заняття, самостійна робота	Опитування, презентація,	20
2.1	**Вміти** формулювати питання; висувати гіпотези; розробляти методи та інструменти збору даних.	Практичне заняття, самостійна робота	Опитування, презентація,	20
2.2	**Вміти** збирати інформацію та аналізувати зібрані дані; робити висновки та рекомендації.			20
3.1	**Використовувати** три основні аналітичні операції: визначення категорій аналізу, одиниць аналізу та одиниць рахунку; показники простору; поява категорії або ознаки категорії в тексті; частота появи категорій чи ознак категорій у текстах.	практичне заняття, самостійна робота	Опитування, презентація,	15
4.1	Самостійно **опрацьовувати** матеріал, керувати своїм часом.	Самостійна робота	Письмові роботи	5

6. Співвідношення результатів навчання змістовної частини дисципліни із програмними результатами навчання.

Модуль «Реклама та піар в системі прикладних соціально-комунікаційних технологій»

Результати навчання дисципліни / Програмні результати навчання	1.						2.						3.						4.					
	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6
* ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.	+	+					+	+					+	+					+					
ПР 19 (РЗГ). Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про рекламу та зв'язки з громадськістю.	+	+					+	+					+	+					+					

Модуль «Історія реклами та зв'язків з громадськістю»

Результати навчання дисципліни / Програмні результати навчання	1.						2.						3.						4.					
	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6
* ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.	+	+					+	+					+	+					+					
ПР 19 (РЗГ). Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про рекламу та зв'язки з громадськістю.	+	+					+	+					+	+					+					

Модуль «Контент-аналіз в рекламі та PR»

Результати навчання дисципліни / Програмні результати навчання	1.						2.						3.						4.					
	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6
* ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.	+	+					+	+					+	+					+					
ПР 19 (РЗГ). Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про рекламу та зв'язки з громадськістю.	+	+					+	+					+	+					+					

7. Схема формування оцінки.

7.1.Форми оцінювання.

- семестрове оцінювання:

***Модуль* «Реклама та піар в системі прикладних соціально-комунікаційних технологій»**

Семестрове оцінювання відбувається у формі усних відповідей, мультимедійних презентацій та виконання письмових завдань

Роботи за період навчання	**Кількість балів за період навчання**	
	Min – 18 балів	Max – 30 балів
Усна відповідь і виконання завдань	*2x3= 6*	*4x3= 12*
Мультимедійна презентація	*1x4=4*	*1x6=6*
Модульна контрольна робота	*8*	*12*
Загальна оцінка за період навчання	**18**	**30**

Модуль «Історія реклами та зв'язків з громадськістю»

Оцінювання відбувається за завданнями, виконаними під час самостійної роботи. Оцінки за надіслані роботи виставляються у Google класі.

Роботи за період навчання	**Кількість балів за період навчання**	
	Min – 10 балів	Max – 15 балів
Навчальне завдання (письмово)	*2x1 = 2*	*2x2 = 4*
Збір та написання історико-аналітичного матеріалу	*4x1 = 4*	*5x1 = 5*
Модульна контрольна робота	4	6
Загальна оцінка за період навчання	**10**	**15**

Модуль «Контент-аналіз в рекламі та PR»

Оцінювання відбувається за усними відповідями, презентаціями практичних завдань, модульною контрольною роботою. Оцінки за надіслані роботи виставляються у Google класі, усні відповіді – під час практичних занять.

Роботи за період навчання	**Кількість балів за період навчання**	
	Min – 10 балів	Max – 15 балів
Усна відповідь	*2x1 = 1*	*2x2 = 4*
Виконання завдань	*4x1 = 4*	*5x1 = 5*
Модульна контрольна робота	*4*	*5*
Загальна оцінка за період навчання	**10**	**15**

7.2. Організація оцінювання

Змістовий модуль «Реклама та піар в системі прикладних соціально-комунікаційних технологій»

Після завершення Змістового модулю проводиться модульна контрольна робота на лекційному занятті у вигляді письмового тесту (10 питань) з вимогою чітких відповідей на поставлені питання

щодо пройденого матеріалу.

Робота оцінюється максимум у 12 балів, виконується на останньому лекційному занятті.

Змістовий модуль «Історія реклами і зв'язків з громадськістю»

Після завершення Змістового модулю проводиться модульна контрольна робота на практичному занятті у вигляді тесту.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

Повнота, обґрунтованість, самостійність виконаної роботи; максимальна кількість балів – 6;

Змістовий модуль «Контент-аналіз в рекламі та PR»

Після завершення Змістового модулю «Контент-аналіз в рекламі та PR» проводиться модульна контрольна робота у вигляді презентації виконаного завдання :

Обрати об'єкт контент-аналізу (це може бути зміст різних друкованих видань, радіо чи телепередач, новинних чи рекламних повідомлень), за аргументованим вибором студента. За одиницю аналізу контенту можуть прийматися компанії, події чи теми. Надалі проводиться кількісний та якісний контент-аналіз.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

1. Студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано, глибоко та всебічно розкриває зміст у вигляді презентації виконаного завдання – максимальна оцінка 6 балів;
2. модульна робота виконується на занятті впродовж зазначеного часу – до 60 хвилин.

Загальні вимоги до виконання та перевірки завдань за усіма модулями:

Усі семестрові роботи (практичні, самостійна робота) мають бути подані на кафедру або, за умов дистанційного навчання, надсилатися на корпоративну пошту /в Google клас у робочий час. На перевірку роботи викладачеві дається один робочий тиждень. Якщо студент з поважної причини пропустив практичне заняття, то він має право його відпрацювати впродовж 14 календарних днів з дати проведення практичного заняття.

ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНУ ФУНДАМЕНТАЛЬНА ФАХОВА ПІДГОТОВКА:

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Підсумкова оцінка
Мінімум	30	15	15	60
Максимум	50	25	25	100

Підсумкове оцінювання включає результати семестрового оцінювання і екзаменаційну роботу. До іспиту допускаються студенти, які набрали за результатами вивчення трьох модулів мінімум 38 балів.

Екзаменаційна робота проводиться під час іспиту, у письмовій формі, має комплексний характер, включає запитання/завдання з кожного з модулів, виконується протягом визначеного часу (40 хвилин), під контролем викладачів, надсилається у Google клас і не підлягає виправленням або переробці.

За результатами екзаменаційної роботи студент може отримати максимум 40 балів, з них 20 балів за знання з 1 модуля, 5 балів за знання з 2 модуля, 15 балів за знання з 3 модуля.
Структура екзаменаційної роботи:

1. Тест на основі теоретичних знань за 1,2, 3 модулями (30 запитань - 30 балів (10 + 10 + 10)
2. Практичне завдання за матеріалами модуля 1 (5 балів).
3. Практичне завдання за матеріалами модуля 3 (5 балів).

Шкала відповідності оцінок:

Відмінно / Excellent	**90-100**
Добре / Good	**75-89**
Задовільно / Satisfactory	**60-74**
Незадовільно з можливістю повторного складання / Fail	**35-59**
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни / Fail	**0-34**

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій, семінарських занять і самостійної роботи

№ п/п	Назва лекції	Кількість годин		
		Лекції	**Практичні**	**Самостійна робота**
Змістовий модуль «Реклама та піар в системі прикладних соціально-комунікаційних технологій»				
1.	**Тема 1.** Місце реклами та зв'язків з громадськістю у системі маркетингу. Елементи комунікаційного міксу. Основні інструменти маркетингових комунікацій.	2	2	5
2.	**Тема 2.** Реклама та зв'язки з громадськістю: відмінності й співпраця. Функції піар- та рекламних спеціалістів.	4	2	5
3.	**Тема 3.** Сучасні тренди реклами та зв'язків з громадськістю.	2	2	10
4.	**Тема 4.** Види реклами та піар крізь призму світової аналітики	2	2	6
5	**Тема 5.** Корпоративна соціальна відповідальність у рекламі та PR. Розрізнення понять CSR, ESG та sustainable development.	3	2	8
6	Модульна контрольна робота	1		2
	Усього	**14**	**10**	36
	Змістовий модуль «Історія реклами та зв'язків з громадськістю»			
7	**Тема 1.** Загальні відомості про історію реклами та зв'язків з громадськістю.	2		5

8	**Тема 2.** Національні школи реклами та ПР та їх основні представники у контексті історії.	2		5
9	**Тема 3.** Історія реклами та зв'язків з громадськістю в Україні.	2		8
10	Модульна контрольна робота			2
	Усього	**6**		**24**
	Змістовий модуль «Контент-аналіз в рекламі та PR»			
11	Тема 1. Загальні поняття , характерні особливості та вик ористання контент аналізу в рекламі та PR.	2	2	2
12	Тема 2. Етапи проведення контент-аналізу.	2	2	2
13	Тема 3. Планування вибірки та отримання рекламних та PR матеріалів	2	2	2
14	Тема 4. Попереднє тестування , кодування та перевірка надійності.	2	2	1
15	Тема 5. Узагальнення й інтерпретація результатів в контент аналіз.	2	1	1
16	Модульна контрольна робота		1	2
	Усього	**10**	**10**	**10**
	Загалом	**30**	**20**	**70**

9. Рекомендована література.

Змістовий модуль «Реклама та піар в системі прикладних соціально-комунікаційних технологій»

Основна:

1. Божкова В., Мельник Ю. Реклама та стимулювання збуту. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 208 с.

2. Королько В.Г., Нєкрасова О.В. Зв'язки з громадськістю: Наукові основи, методика, практика : Підр. для студентів вищих начвальних закладів / 3-тє вид., доповн.і переробл.. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
3. MacRury, Iain Advertising. London : Routledge, 2009. 318 p.

Додаткова:

1. Crowther, David. Seifi, Shahla. The Palgrave Handbook of Corporate Social Responsibility. Cham : Springer International Publishing AG, 2021. 1348 p.
2. Careers in Advertising and Public Relations. Philadelphia : WetFeet, 2010. 115 p.

Змістовий модуль « **Історія реклами і зв'язків з громадськістю»**

Основна:

1. Грицюта Н. М. Історія PR: Європа (стародавність – нові часи) : навч. посіб. / Н. М. Грицюта. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2022. – 736 с.
2. Історія реклами : конспект лекцій / укладач Н. С. Подоляка. Суми : Сумський державний університет, 2015. 193 с.

3. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність : Курс лекцій. К.: МАУП, 2002. 240 с.

4. Обласова О. І. Посібник до вивчення дисципліни «Історія реклами». – Д.: Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, 2015. – 44 с.

Додаткова:

1. Афанасьєв І. Історія PR. Навчальний посібник. К. : Алерта, 2016. – 160.

2. Теорія та історія реклами : навчально-методичний посібник/ Т 337 Укладачі Ю. А. Грушевська, Н. Р. Барабанова, О. М. Назаренко, Л. М. Писаренко. Одеса : Фенікс, 2019. 127 с.

Змістовий модуль «Контент-аналіз в рекламі та піарі»

Основна:

1. Федотова Л. Н. Аналіз змісту – соціологічний метод вивчення засобів масової інформації / Федотова Л. Н. – М.: Ін-т соціології, 2001. – 202 с.; – (Праці / Ін-т соціології РАН).
2. Інформаційний ресурсний центр наукової та практичної психології [Електронний ресурс] Дмітрієв І. В. Контент-аналіз: сутність, задачі, процедури – 2005 р. – Режим доступу до журн. : http://psyfactor.org/koncept.htm

Додаткова:

1. Системи моніторингу та аналізу ЗМІ [Електронний ресурс] Опарін А. Системи моніторингу та аналізу ЗМІ. – 2003 р. – Режим доступу до журн. : http://www.newart.ru/oparin/smi_oparin.htm

2. Klaus Krippendorff, Content analysis: an introduction to its methodology / Klaus Krippendorff. – SAGE, 2004. – 413 p.

КОМПЛЕКСНА ПРОГРАМА, СЕМЕСТР 6

1. Мета комплексної дисципліни Фундаментальна фахова підготовка з реклами та зв'язків з громадськістю (семестр 6) – забезпечити системне розуміння студентами 3 курсу закономірностей та особливостей реклами та піар як технологій в контексті основної проблематики навчальних модулів Філософія, Поведінка споживача та Сучасна прес-служба: організація, форми і методи роботи. Зокрема,

- мета навчального модуля Філософія – формування комплексу знань, вмінь і навичок системного мислення для розв'язання складних практичних завдань у фаховій галузі через утвердження інтегративної і пошукової ролі філософії як основи обґрунтування знання у приватному та фаховому життєпросторі;

- мета змістового модуля Поведінка споживача - вивчити процес прийняття рішення споживачем, визначити чинники впливу на його поведінку, навчитися використовувати здобуті знання при розробці рекламної / піар-комунікації;

- мета змістового модуля Сучасна прес-служба: організація, форми і методи роботи - з'ясувати й осмислити основні поняття комунікаційних технологій, охарактеризувати основні типи пресслужб, їхню структуру, засвоїти технології «подієвої комунікації» у роботі пресслужб, з'ясувати роль пресслужб у структурі паблик рілейшнз.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

До початку опанування навчальної дисципліни студенти мають **знати** специфіку історико-культурних етапів Європи; володіти основними фактологічними знаннями гуманітарного і суспільствознавчого характеру; **вміти** віднаходити, систематизувати та інтерпретувати інформацію щодо феноменів та явищ (суспільства, людини, природи); застосовувати основні поняття для дослідження явищ та процесів; виявляти особливості співіснування людських спільнот і суспільств в умовах глобалізації; планувати власну роботу і оцінювати її результати і наслідки; застосовувати інтерактивні і мультимедійні засоби; **володіти навичками** роботи з текстами**;** створення структурованих усних і письмових повідомлень; взаємодії з колегами під час навчання.

У результаті вивчення профільних дисциплін 1-2 курсів студенти повинні **знати** базові моделі процесу комунікації; **знати** основи рекламної та піар-діяльності, основи журналістської діяльності; ***вміти*** створювати журналістські тексти; **володіти** елементарними навичками роботи з науковими, популярними та навчальними джерелами; ***володіти*** елементарними навичками грамотного письма і мовлення, самопрезентації, управління акаунтами.

3. Анотація навчальної дисципліни.

У процесі вивчення дисципліни студентів ознайомлюють із розгортанням філософії (від начал філософування до переліку течій та напрямів сучасності) через поєднання теоретичних основ (понятєво-категорійний каркас, методи, класичні підходи до витлумачення феноменів «людина», «світ», «суспільство», «природа», «буття», «пізнання» тощо) та індивідуальне практикування (тлумачення зазначених феноменів через умови та ситуації сучасного глобалізувального світу), а також зорієнтовують на індивідуальний пошук, різнопідходовість до розуміння феноменів, вміння керуватися власним розумом, критичність та аргументованість висловлювань.

Безпосередньо фаховий складник дисципліни передбачає вивчення процесу прийняття рішень споживачем під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Ці знання дають змогу знаходити інсайти, розробляти комунікаційні стратегії та окремі звернення. Передбачено також вивчення процесу формування прес-служби, її структури, функцій та правових засад; надається характеристика та аналіз взаємодії прес-служби із засобами масової інформації, включно із підготовкою різних заходів та супровідної документації. Окремо розглядаються особливості функціонування прес-служб органів державної влади та управління, бізнес-структур, громадських організацій, вищих навчальних закладів тощо.

4. Завдання (навчальні цілі)

Опанування філософії передбачає системне сприйняття феноменів через знання, розуміння та оперування головними авторськими ідеями, вченнями, традиціями, методологіями щодо базових філософських проблем та (не)класичних підходів до їх осмислення; набуття навичок,

що формують вправність мислення; основи наукового комунікування; текстологічні практики; начала дослідництва; загальну налаштованість на самовдосконалення.

Завданням також є формування у студентів чіткого уявлення про чинники, що впливають на поведінку споживачів; набуття ними навичок застосування знань щодо поведінки споживачів для розробки ефективної рекламної / піар-комунікації. Серед практичних завдань дисципліни є надання студентам знань, формування у них вмінь та певного досвіду роботи у прес-службах і службах зв'язків із громадськістю, формування навичок написання інформаційних матеріалів. Автономність та відповідальність, сформовані в студентах у процесі навчання, забезпечать їм у майбутньому можливість самостійно працювати у фаховій галузі.

Загалом навчальна дисципліна Фундаментальна фахова підготовка з реклами та зв'язків з громадськістю спрямована на формування таких спеціальних компетентностей, як здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності та здатність застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю у своїй професійній діяльності.

5. Результати вивчення змістової частини дисципліни:

Модуль. 1. Філософія

Код	***Результат навчання***	***Форми викладання і навчання***	***Методи оцінювання***	***Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни***
1. Знати:				
1.1	призначення філософії, її антропоорієнтувальні та культуроформувальні можливості;	лекційні заняття, семінарські заняття, самостійна робота	доповідь, доповнення, дискусія, контрольна робота, есе, екзаменаційна робота	6
1.2	структуру та специфіку дисциплінарно розмежованого філософського знання;			6
1.3	особливості етапів розвитку філософії;			6
1.4	роль суб'єкта у активному освоєнні світу із подальшим авторським поясненням останнього та визначення власного місця у ньому;			8
1.5	світоглядні основи співіснування та співпраці з іншими суб'єктами;			8
1.6	класичні тлумачення основних філософських ідей та проблем, напрями і тенденції сучасного філософського			6

	дискурсу.			
			Загалом:	**40**
2. Вміти:				
2.1	логічно та аргументовано висловлювати тези щодо головних філософських проблем (бажано в контексті сучасних соціокультурних процесів);	лекційні заняття, семінарські заняття, самостійна робота	доповідь, доповнення, дискусія, контрольна робота, есе, екзаменаційна робота	4
2.2	розрізняти головне та другорядне у поясненнях феноменів, що розглядаються;			3
2.3	виявляти, формулювати та розв’язувати проблеми через застосування філософських термінів та категорій;			4
2.4	інтерпретувати текст із виокремленням головних ідей, понятєво-категорійного каркасу, світоглядних узагальнень, властивих окремому автору та/або характерних напряму філософування, епосі тощо;			3
2.5	рецензувати й коментувати авторські тексти та дослідницьку літературу;			3
2.6	критично оцінювати інтелектуальні здобутки (свої власні та інших суб’єктів).			3
			Загалом:	**20**
3. Комунікація:				
3.1	здатність бути активним учасником дискусій з концентруванням уваги на значущих складових судження без переходів до особистого;	лекційні заняття, семінарські заняття, самостійна робота	доповідь, доповнення, дискусія, контрольна робота, есе, екзаменаційна робота	3
3.2	презентувати результати самостійної роботи у форматі усних та/або письмових повідомлень із/без використання наочних засобів;			3

3.3	демонструвати навички міжособистісної взаємодії щодо мотивування колег задля досягання визначеної наперед мети та/або розв’язання конкретного завдання;			3
3.4	здатність швидко приймати нестандартні оптимальні рішення для усіх учасників ситуації із можливістю пояснення ходу власних розмірковувань;			4
3.5	бути толерантним щодо іншого впродовж вербальної взаємодії з колегами сучасності та минулих сторіч;			3
3.6	майстерність методологічного сумніву та аргументованого критикування висловленої позиції колег та/або авторитетного джерела.			4
			Загалом:	**20**
4. Автономність та відповідальність:				
4.1	віднаходити необхідну інформацію з різних джерел, її упорядковувати, оцінювати її достовірність, пояснювати значущість;	лекційні заняття, семінарські заняття, самостійна робота	доповідь, доповнення, дискусія, контрольна робота, есе, екзаменаційна робота	2
4.2	демонструвати етичні основи у висловлюванні міркувань та прогнозуванні варіантів розв’язання ситуацій;			4
4.3	застосовувати отримані знання у практичних ситуаціях буденного та професійного вимірів;			4
4.4	демонструвати вміння працювати в колективі та самостійно з виявлянням ініціативи та з уникання некритичного слідування авторитетам;			2
4.5	мати сумління щодо формування і висловлювання власного бачення можливого майбутнього трансформування феноменів та/або ситуацій;			4

4.6	бути зорієнтованим на висловлювання декількох варіантів пояснення феномена та/або процесу з уникання відстоювання єдино можливої версії.			4
			Загалом	**20**
			За весь модуль	**100%**

Результати вивчення змістової частини дисципліни.
Модулі 2,3. Поведінка споживача, Організація роботи прес-служби

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
	Модуль 2. Поведінка споживача			
1.1	Знати базовий процес прийняття рішення споживачем.	Лекції, практичні заняття, самостійна робота.	Відповіді на практичних заняттях, модульний контроль.	30
1.2	Знати особистісні та неособистісні чинники, що впливають на поведінку споживача.	Лекції, практичні заняття, самостійна робота.	Відповіді на практичних заняттях, модульний контроль.	30
2.1	Вміти проводити неформальні дослідження	Лекції, практичні заняття, самостійна робота.	Відповіді на практичних заняттях, модульний контроль.	20
3.1.	Презентувати результати власних досліджень / пошуків.	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповдь	10
3.2.	Дискутувати та аргументовано відстоювати власну думку.	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповідь	5
4.1.	Самостійно опрацьовувати матеріал, керувати своїм часом.	Практичне заняття, самостійна	Відповіді та письмові	5

		робота	завдання	
			Загалом	**100%**
	Модуль 3. Сучасна пресслужба: організація, форми і методи роботи			
1.1.	Знати принципи діяльності та функції пресслужб та управління діяльністю пресслужб.	Практичне заняття, самостійна робота.	Усна відповідь, письмові завдання.	20
1.2.	Знати управління діяльністю прес-служб.	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, письмові завдання.	20
1.3.	Знати форми та методи роботи сучасних пресслужб із ЗМІ, громадськістю, політичними організаціями та бізнес-структурами; технології «подієвої комунікації» у роботі пресслужб.	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, письмові завдання.	20
2.1.	Вміти проводити прес-конференції, брифінги.	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповідь, робота в групах.	10
2.2.	Вміти готувати інформаційно-аналітичні матеріали: пресанонс, пресреліз, постреліз.	Практичне заняття, самостійна робота	Письмові завдання, робота в групах.	10
3.1.	Презентувати результати власних досліджень / пошуків.	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповдь	10
3.2.	Дискутувати та аргументовано відстоювати власну думку.	Практичне заняття, самостійна робота	Усна відповідь	5
4.1.	Самостійно опрацьовувати матеріал, керувати своїм часом.	Практичне заняття, самостійна робота	Відповіді та письмові завдання	5
			Загалом	**100%**

6. Співвідношення результатів навчання змістовної частини дисципліни із програмними результатами навчання.

Модуль 1. Філософія

Результати навчання дисципліни / Програмні результати навчання	1.						2.						3.						4.					
	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6
* ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР 19 (РЗГ). Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про рекламу та зв'язки з громадськістю.	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Модуль2. Поведінка споживача

Результати навчання дисципліни / Програмні результати навчання	1.						2.						3.						4.					
	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6
ПР 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.	+	+					+	+					+	+					+					
ПР 19. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про рекламу та зв'язки з громадськістю.	+	+					+	+					+	+					+					

Модуль 3. Сучасна прес-служба: організація, форми і методи роботи

Результати навчання дисципліни / Програмні результати навчання	1.						2.						3.						4.					
	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.1	.2	.3	.4	.5	.6
Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.	+	+	+				+	+					+	+					+					
Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи наук про рекламу	+	+	+				+	+					+	+					+					

та зв’язки з громадськістю.																								

7. Схема формування оцінки

Змістовий модуль 1. Філософія
Схема формування оцінки

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу (=результати навчання), зокрема: ***теоретична підготовка*** (*Знати*: РН 1.1–1.6) складає 40%; ***практична підготовка*** (*Вміти*: РН 2.1–2.6; *Комунікація*: РН 3.1–3.6; *Автономність та відповідальність*: РН 4.1-4.6) - по 20% кожна (разом 60%). Підсумкова оцінка з дисципліни загалом складає 100%.

7.1. Форми оцінювання

7.1.1. Семестрове оцінювання (*min 24 балів / max 40 балів*) **передбачає усне та письмове виконання завдань, що мають такі форми контролю** (*min/max кількість балів зазначені за усі виконані завдання*)**:**

{*Усне виконання*}
Доповідь, доповнення {*РН 1.1–1.6, 2.1–2.6, 3.1–3.6, 4.1–4.6*}: ***min 14 / max 21;***
Дискусія {*РН 1.1–1.6, 2.1–2.6, 3.1–3.6, 4.1–4.6*}: ***min 6 / max 12;***

{*Письмове виконання*}
Контрольна робота 1 {*РН 1.1–1.6, 2.1–2.6, 3.2, 3.4–3.6, 4.1–4.6*}: ***min 1 / max 2;***
Контрольна робота 2 {*РН 1.1–1.6, 2.1–2.6, 3.2, 3.4–3.6, 4.1–4.6*}: ***min 1 / max 2;***
Самостійна робота (есе) {*РН 1.1–1.6, 2.1–2.6, 3.2, 3.4–3.6, 4.1–4.6*}: ***min 2 / max 3.***

Семестрову кількість балів формують бали, отримані студентами у процесі засвоєння матеріалу з усіх змістових частин, тобто за: 1) аудиторну роботу (доповідь, доповнення, дискусія впродовж семінарських занять), 2) контрольні роботи, 3) самостійну роботу (есе).

Усі види робіт в семестрі у підсумку мають:
– у максимальному вимірі – 40 балів
– у мінімальному вимірі – 24 балів

У разі відсутності *на семінарському занятті* студент має його письмово *відпрацювати*. **Відпрацьовування пропусків** семінарських занять можливе у письмовому (стандартно) форматі впродовж семестру. Студенти можуть вибрати завдання прийнятного рівня складності із запропонованого викладачкою переліку.

Вимоги до виконання кожного виду робіт у форматі усних та письмових завдань надаються студентам разом із завданням.

7.1.2. Допуском студента **до підсумкового оцінювання (іспиту)** є виконання передбачених завдань *(див. 8.1.1.)* *та* набирання *мінімальної* (**24**) кількості балів. У випадку **недостатньої мінімальної** (**менше 24**) **кількості балів** студент може скористатися можливістю виконати *додаткові завдання*, кількість яких *не перевищує 2*. Рівень складності завдань студент вибирає самостійно з переліку, запропонованого викладачем. Додаткові завдання формулюються за навчальним матеріалом.

7.1.3. Підсумкове оцінювання здійснюється у формі *письмового іспиту* {*РН 1.1–1.6, 2.1–2.6, 3.2, 3.4–3.6, 4.1–4.6*}: ***min 17 балів / max 28 балів***. Екзаменаційний білет включає три запитання з різних тем в межах навчального матеріалу. Загальна кількість балів за екзаменаційну роботу складає 28 балів (10+9+9). Кількість часу, відведена на проведення підсумкового оцінювання, регламентована наказом Ректора (письмова частина триває 120 хвилин). Кожне запитання оцінюють окремо (від 1 до 10/9 балів). У випадку отримання студентом різної кількості балів за кожне запитання, оцінка за екзаменаційну роботу виводиться як арифметична сума (наприклад: 6+9+7=22). Оцінка за екзаменаційну роботу вноситься у екзаменаційну відомість тільки якщо вона ***рівна або більша 17 балам*** (тобто від 17 до 28). Якщо загальна оцінка за екзаменаційну роботу (арифметична сума балів за усі запитання екзаменаційного білету) буде ***меншою 17 балів*** (від 1 до 16 балів), тоді у екзаменаційну відомість вноситься **0 балів** (*стовпчик*: бали отримані під час екзамену/іспиту).

7.1.4. Оцінка за навчальну дисципліну формується додаванням *семестрової* кількості балів (*min 24 бали / max 40 балів*) та кількості балів за *екзаменаційну роботу (min 17 балів / max 28 балів),* що загалом складає – *min 41 бал / max 68 балів*.

7.2. Організація оцінювання

Семестрове оцінювання		**Кількість балів**	
		min 24 бали	***max 40 балів***
Аудиторна робота (доповідь, доповнення)	Впродовж теоретичного навчання згідно з розкладом семінарських занять	«2» х 7 = 14	«3» х 7 = 21
Аудиторна робота (дискусія)		«1» х 6 = 6	«2» х 6 = 12
Контрольна робота 1	Впродовж теоретичного навчання згідно з розкладом лекційних занять; після семінарської теми 5	«1» х 1 = 1	«2» х 1 = 2
Контрольна робота 2	Впродовж теоретичного навчання згідно з розкладом лекційних занять; після семінарської теми 10	«1» х 1 = 1	«2» х 1 = 2

Самостійна робота (есе)	До 1.06. або 1.12.: залежно від семестру	«2» x 1 = 2	«3» x 1 = 3

Підсумкове оцінювання		**Кількість балів**	
		min 17 балів	***max 28 балів***
Екзаменаційна робота	За графіком проведення семестрового контролю	[«2» x 6] + [«1» x 5] = 17 (середній показник)	[«2» x 9] + [«1» x 10] = 28 (максимальний показник)

7.3. Критерії оцінювання

- *Усне виконання (доповідь, доповнення) та письмове виконання (відпрацьовування, есе):* **3 бали***:* знання навчального матеріалу демонстровані у повному обсязі, без утруднень; матеріали структуровані; аргументовані різні підходи; наявна аргументована власна думка; теоретичні та практичні завдання/питання розв'язувані з елементами творчості; наявне нестандартне застосування отриманих знань-умінь-навичок з філософії та фахових дисциплін. **2 бали***:* демонстровані добрі знання навчального матеріалу; матеріали структуровані, але наявні неістотні неточності; наведені необхідні дефініції; аргументовані найвідоміші підходи; наявна аргументована власна думка; теоретичні та практичні завдання/питання розв'язувані стандартно. **1 бал***:* відповідь є спробою відтворити навчальний матеріал відповідно до джерела; матеріали хаотичні; наведені дефініції та аргументи або відсутні, або не зовсім співмірні висвітлюваному запитанню; власна думка не зафіксована; наявні спроби розв'язання теоретичних та практичних завдань/питань. **0 балів**: спроба відповіді/виконання відсутня.
- *Усне виконання (дискусія):* **2 бали***:* відповідь на запитання є повною та обгрунтованою. **1 бал**: відповідь на запитання у вигляді тези (окремої думки) без обгрунтування та/або пояснення. **0 балів**: спроба відповіді відсутня.
- *Письмове виконання (контрольні роботи):* **2 бали***:* знання навчального матеріалу демонстровані у повному обсязі, без утруднень; матеріали структуровані; аргументовані різні підходи; наявна аргументована власна думка; теоретичні та практичні завдання/питання розв'язувані з елементами творчості. **1 бали***:* демонстровані добрі знання навчального матеріалу; матеріали структуровані, але наявні неістотні неточності; наведені необхідні дефініції; аргументовані найвідоміші підходи; наявна аргументована власна думка; теоретичні та практичні завдання/питання розв'язувані стандартно. **0 балів**: АБО спроба відповіді відсутня; АБО навчальний матеріал відтворюється з труднощами (щодо дефініціюванняі, аргументування та формування аргументованої власної думки); теоретичні та практичні завдання/питання розв'язувані з неточностями-помилками.

- *Письмове виконання (екзаменаційна робота) {*наведені за одне запитання*}:* **10/9–9 балів***:* демонструє вичерпні знання навчального матеріалу; вільно оперує поняттєвим та термінологічним апаратом, презентує власні точні формулювання; вміє синтезувати знання з декількох тем та/або розділів; вміє застосовувати базові положення, принципи, методи з філософських концепцій минулого до аналізу сучасності; наявний аналіз сучасних концепцій і філософських та професійно-галузевих трактувань. **8–7 балів***:* демонструє добрі знання навчального матеріалу; розуміє структуру навчальної дисципліни, більшості тем; оперує поняттєвим та термінологічним апаратом, фіксує істотне; програмний матеріал засвоєний з неістотними пробілами у деяких неосновних запитаннях та/або проблемах; вміє застосовувати отримані знання до аналізу сучасності; у відповідях на запитання подає порівняльний аналіз філософських та професійно-галузевих підходів. **6–5 балів***:* достатньо знає навчальний матеріал та структуру навчальної дисципліни; висловлює не завжди правильні формулювання; у викладі матеріалу наявні хронологічні та тематичні непослідовності; ілюструє засвоєння тільки загальних положень матеріалу, передбаченого навчальною програмою; має труднощі із застосовуванням базових положень, принципів, методів з філософських концепцій минулого до аналізу сучасності; у відповідях не завжди пов'язує презентований матеріал з аналізом сучасних концепцій. **4-1 бали***:* не знає вагомої частини програмного матеріалу; часто допускає помилки; не вміє пов'язувати отримані знання із сучасністю. **0 балів** - власноручно записана відповідь на запитання відсутня.

*З*а умов дистанційного/змішаного навчання формат проведення іспиту може бути змінений, про що студенти будуть повідомлені заздалегідь.

7.4. Перескладання на кращу оцінку та/або вищі бали неможливе, якщо студент отримав загальну позитивну кількість балів (від 60 до 100).

Схема формування оцінки

Змістовий модуль 2. Поведінка споживача.

Впродовж вивчення змістового модуля 50% балів відводиться на аудиторні заняття (лекції, практичні заняття) і 50% – на самостійну роботу, яка передбачає опрацювання рекомендованих джерел та виконання модульної контрольної роботи – загалом не менше 9 балів, максимально 16 балів.

7.1.Форми оцінювання.

- семестрове оцінювання:

Роботи за період навчання	**Кількість балів за період навчання**	
Робота на практичних заняттях	*5*	*9*
Модульна контрольна робота	*4*	*7*
Загальна оцінка за період навчання	**9**	**16**

7.2. Організація оцінювання

Під час практичних занять студенти працюють над кейсами в групах та індивідуально.

Після завершення вивчення змістового модулю 2 студенти виконують модульну контрольну роботу, яка оцінюється у 4-7 балів.

Модульна контрольна робота має бути надіслана в гугл клас у визначений термін. На перевірку роботи викладачеві дається один робочий тиждень.

***Змістовий модуль 3*. Сучасна прес-служба: організація, форми і методи роботи**

7.1.Форми оцінювання.

1. Усна відповідь, аналіз роботи прес-служби різних структур, виконання практичних завдань, написання інформаційних матеріалів, моделювання прес-конференції – 10 балів.

2. Модульна контрольна робота – 6 балів.

Роботи за період навчання	**Кількість балів за період навчання**	
	Min – 10 балів	Max – 16 балів
Усна відповідь і виконання завдань Семінари 1 оцінюються в 4 бали; Семінари 2 оцінюється в 6 балів.	*2x1 = 2* *1x4 = 4*	*2x2 = 4* *1x6 = 6*
Модульна контрольна робота	1x4=4	1x6=6
Загальна оцінка за період навчання	**10**	**16**

7.2. Організація оцінювання

Після завершення Змістової частини 2 проводиться модульна контрольна робота на практичному занятті у вигляді тесту.

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:

а) повнота та обґрунтованість виконаної роботи; максимальна кількість балів – 6;

б) модульна робота виконується впродовж зазначеного часу – не більше 12 хвилин.

Усі семестрові роботи (практичні, самостійна робота) мають бути подані на кафедру або, за домовленістю з викладачем, надсилатися на корпоративну пошту або в Google клас у робочий час. На перевірку роботи викладачеві дається один робочий тиждень. Якщо студент з поважної причини пропустив практичне заняття, то він має право його відпрацювати впродовж 14 календарних днів з моменту проведення практичного заняття.

- ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНУ ФУНДАМЕНТАЛЬНА ФАХОВА ПІДГОТОВКА:

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Підсумкова оцінка
Мінімум	41	9	10	60
Максимум	68	16	16	100

Шкала відповідності оцінок:

Відмінно / Excellent	**90-100**
Добре / Good	**75-89**
Задовільно / Satisfactory	**60-74**
Незадовільно з можливістю повторного складання / Fail	**35-59**
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни / Fail	**0-34**

8. Структура навчальної дисципліни.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙНИХ І СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Структура змістового модуля 1 Філософія

Змістова частина	**Номер і назва теми заняття**	**Кількість годин за формами викладання**		
		Лекції	**Семінари**	**Самостійна робота**
1	**Тема 1.** Філософія як самовизначення і самоствердження людини	2	2	2
	Тема 2. Світогляд: сутність, історичність та ціннісні виміри	2	2	4
	Тема 3. Особливості філософії як світогляду і науки	2	2	2
	Тема 4. Основні етапи розвитку філософської думки			6
	Тема 5. Категорії філософії, їх зміст і функції	2	2	4
	Контрольна робота 1	2		2
2	**Тема 6.** Філософське вчення про буття		2	4
	Тема 7. Людина як предмет філософського осягнення	2	2	2
	Тема 8. Філософія свідомості	2	2	4
	Тема 9. Теорія та методологія пізнання	4	2	4
	Тема 10. Філософія мови	2	2	4
	Контрольна робота 2	2		2
3	**Тема 11.** Філософське осмислення історичного процесу		2	4
	Тема 12. Суспільство як предмет філософії	2		4
	Тема 13. Філософське розуміння економічної сфери життєдіяльності суспільства	2	2	4
	Тема 14. Філософське осмислення політичного життя людини	2	2	4
	Тема 15. Філософія культури	2	2	4
	Самостійна робота (Есе)			4
	Загалом:	**30**	**26**	**64**

	120

Загальний обсяг за навчальним модулем 1 Філософія 120 год., в тому числі:
лекційних занять – **30** год.,
семінарських занять – **26** год.,
самостійної роботи – **64** год.

Структура змістових модулів 2,3

№ п/п	Назва лекції	Кількість годин		
		Лекції	**Практичні**	**Самостійна робота**
***Змістовий модуль 2*. Поведінка споживача**				
1.	Тема 1. Поняття поведінки споживача. Процес прийняття рішення споживачем	2	2	6
2.	Тема 2. Чинники, що впливають на споживчі рішення	2	4	14
	Усього	**4**	**6**	**20**
***Змістовий модуль 3*. Сучасна прес-служба: організація, форми і методи роботи**				
1.	**Тема 1.** Вступ до навчальної дисципліни. Прессслужби в системі комунікації**.** Правові засади діяльності сучасних прессслужб.	2		4
2.	**Тема 2.** Структура та принципи організації сучасної прессслужби. Функції діяльності прессслужб.	2		4
3.	**Тема 3.** Прессекретар як організатор ефективних медіарилейшнз. Професіограма керівника прессслужби / прессекретаря.	2		3
4.	**Тема 4.** Інформаційно-аналітична продукція прессслужб.		2	4
5	**Тема 5.** Організація та проведення заходів за участю ЗМІ. Основні правила проведення прессконференцій та брифінгів. Модульна контрольна робота.		2	5
	Усього	6	4	20

Загальний обсяг за модулем 2 Поведінка споживача 30 год., в тому числі:
лекцій – 4 год.
семінарів – 6 год.
самостійної роботи – 20 год.

Загальний обсяг за модулем 3 Сучасна прес-служба 30 год., в тому числі:
лекцій – 6 год.

семінарів – 4 год.
самостійної роботи – 20 год.

9. Рекомендована література

Змістовий модуль 1. Філософія

Основна** (базова)**:

1. *Діденко В. Ф., Діденко Л. В.* Філософія: ескізи для самопідготовки : навчальний посібник. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. 330 с.
2. *Кунцман П., Буркард Ф.-П., Відман Ф.* Філософія: dtv-Atlas. Пер. з 10-го нім. вид. Наук ред. пер. В.П. Розумний. Київ: Знання-Прес, 2002. 270 с.
3. *Петрушенко В. Л.* Філософія. Вступ до курсу. Історія світової та української філософії. Фундаментальні проблеми сучасної філософії. Львів: Львівська політехніка, 2019. 596 с.
4. Філософія: навчальний посібник для студентів гуманітарних факультетів [кол. авторів; кер. автор. кол. А.О. Приятельчук]. Київ: Вадекс, 2021. 560 с.
5. Філософія: підруч. [Л.В. Губерський та ін.]; ред. Л.В. Губерський; худож. О.Д. Кононученко. Харків : Фоліо, 2018. 621 с.
6. Філософія науки: підруч. / І. С. Добронравова, Л. І. Сидоренко, В. Л. Чуйко та ін.; за ред. І. С. Добронравової. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2018. 255 с.
7. *Фюрст М., Тринкс Ю.* Філософія / пер. з нім. Вахтанга Кебуладзе. Київ.: Дух І ЛІТЕРА, Інститут релігійних наук св. Томи Аквінського, 2018. 544 с.
8. *Хамітов Н.В.* Філософська антропологія: актуальні проблеми. Від теоретичного до практичного повороту. 4-ге вид., випр. і допов. Київ: КНТ, 2022. 405 с.
9. *Pojman L. P., Vaughn L.* Philosophy. The Quest for Truth. 10th ed. New York: Oxford University Press, 2017. 816 p.
10. Philosophers: Their Lives and Works. London: Dorling Kindersley Limited, 2019. 360 p.

Додаткова:

1. *Адо П.* Філософія як спосіб життя. Розмови з Жанні Карльє та Арнольдом А. Девідсоном. Пер. з фр. Оксани Йосипенко. Київ: "Новий Акрополь", 2020. 312 с.
2. *Арістотель.* Нікомахова етика / Αριστοτελους. Ηθικα Νικομαχεια / Пер. з давньогрецької Віктор Ставнюк. Київ: Аквілон-Плюс, 2002. 480 с.
3. *Артемюк Б.* Філософські проблеми суспільного розвитку. Київ: Абрис, 2008. 176 с.
4. *Вітгенштайн Л.* Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження. / Пер. з німецької Євген Попович. Київ: Основи. 1995. 312 с.
5. *Гейзінга Й.* Homo ludens. Досвід визначення ігрового елемента культури / Пер. з англ. О. Мокровольського. Київ: «Основи», 1994. 250 с.
6. *Діденко Л. В.* Дисциплінарна матриця філософії // Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наукових праць. Випуск 754–755. Філософія. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2015. С. 113-118.
7. *Діденко Л. В.* Лексикон онтології: буття та відбуттєвлені // Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів: Вид-во ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. Вип. 19. С. 18-26.

8. *Діденко Л. В.* Метафізика: від «умовного конструкту» до «галузі філософського знання» // Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2022. Вип. 40. 224 с. С. 48-57.

9. *Йонас Г.* Принцип відповідальності. У пошуках етики для технологічної цивілізації / Пер. з нім. А. Єрмоленко, В. Єрмоленко. Київ: Лібра, 2001. 400 с.

10. *Кримський С. Б.* Запити філософських смислів. Київ: ПАРАПАН, 2003. 240 с.

11. *Кримський С. Б.* Філософія як стиль життя. Інтерв'ю із Сергієм Борисовичем Кримським // ДУХ І ЛІТЕРА. 2006. № 15–16. С. 138-159.

12. *Кун Т.* Структура наукових революцій / Пер. з англ. О. Васильєва. Київ: Port Royal, 2001. 228 с.

13. *Мерло-Понті М.* Феноменологія сприйняття / Пер. з франц., післямова та прим. О. Йосипенко, С. Йосипенка. Київ: Український Центр духовної культури, 2001. 552 с.

14. *Попович М.* Що таке філософія? // Філософська думка. 2006. № 1. С. 3-24.

15. *Тьоніс Ф.* Спільнота і суспільство. Основні поняття чистої соціології / Пер. з нім. Н. Комарової та О. Погорілого. Київ: ДУХ І ЛІТЕРА, 2005. 262 с.

16. *Шюц А., Лукман Т.* Структури життєсвіту / Пер. з німецької та післямова Вахтанґа Кебуладзе. Київ: Український Центр духовної культури, 2004. 560 с.

17. *Юнґ К. Ґ.* Архетипи і колективне несвідоме / Пер. з німецької Катерини Котюк. Львів: Видавництво «Астролябія», 2013. 608 с.

18. *Arendt H.* The Human Condition. 2nd edition. Chicago: The University of Chicago Press, 2018. 380 p.

19. *Collingwood R. G.* The Idea of History, ed. Jan van der Dussen. Oxford: Oxford University Press, 1994. 576 p.

***Змістовий модуль 2*. Поведінка споживача**

Основна:

1. Solomon M.R. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. 12th ed. Pearson Education, 2017. 623 с.

2. Канеман Д. Мислення швидке й повільне. Київ : Наш формат, 2017. 488 с.

Додаткова:

1. Arens, William F., Weigold Michael F. Contemporary advertising and integrated marketing communications. 15 ed. 2016. 747 с.

2. Hawkins D.I. Consumer behavior: building marketing strategy. 11th ed. McGraw Hill, 2010. 778 с.

3. Шарп Б. Як зростають бренди. Київ : Наш формат, 2019. 240 с.

***Змістовий модуль 3*. Сучасна прес-служба: організація, форми і методи роботи**

Основна:

5. Білан Н. І., Нетреба М. М. Організація роботи прес-служб : навч. посіб. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. 304 с.

6. N. Bilan, M. Netreba (2021) Role-playing game as an interactive method of “event communication” learning in higher education institutions, INTED2021 Proceedings, pp. 2025-2032.

7. N. Bilan, M. Netreba (2021) Guest lectures as forms of interaction between a higher education institution and employers in formation of future specialist's professional competences, INTED2021 Proceedings, pp. 1619-1625.

Додаткова:

3. Вежель Л.М. Сучасна концепція прес-релізу як PR-тексту. Інформаційне суспільство, 2014. Вип. 19. С. 47-49.

4. Королько В.Г., Нєкрасова О.В. Зв'язки з громадськістю: Наукові основи, методика, практика : Підр. для студентів вищих начвальних закладів / 3-тє вид., доповн.і переробл.. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.

5. Настільна книга прес-секретаря / Авторський колектив. Методичні рекомендації Прес-центру судової влади України. К., 2017.