

**ПОЛОЖЕННЯ**  
**кафедри реклами та зв'язків з громадськістю**  
**про творчу кваліфікаційну роботу**  
**на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»**

**Загальні положення**

Творча кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня "бакалавр" за освітньою програмою "Реклама та зв'язки з громадськістю" виконується та захищається на кафедрі реклами та зв'язків з громадськістю. В окремих випадках дозволяється виконання роботи на інших кафедрах Інституту журналістики за умови дотримання вимог даного Положення, затвердженого кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю і опублікованого на сайті Інституту журналістики (в рамках розпорядження директора Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка №106 "Про вимоги до розробки та оформлення творчих кваліфікаційних робіт" від 27.04.2009 року із правками від 04.2020 щодо вимог до кваліфікаційних робіт освітньо-кваліфікаційного рівня "бакалавр" – див. <http://journ.knu.ua/wp-content/uploads/2020/05/vymohy2020bac.pdf>)

Творча кваліфікаційна робота є цілком самостійною роботою, яка виконується з метою публічного захисту та здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня "бакалавр". Вона має виключно конкретний, практичний характер і відображає рівень теоретичних знань та практичних знань, умінь та навичок випускника зі спеціальних дисциплін у рамках обов'язкової та вибіркової складових освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів, його здатність самостійно вирішувати конкретні завдання в рамках професійної діяльності як фахівця з реклами чи зв'язків із громадськістю.

Вибір студентом теми роботи обумовлюється спеціалізацією, за якою він навчається – реклама або зв'язки з громадськістю.

**Програмні результати навчання та професійні компетенції**

Згідно з затвердженою чинною Освітньо-професійною програмою "Реклама та зв'язки з громадськістю" на захисті кваліфікаційної бакалаврської роботи студент має підтвердити опанування таких **програмних результатів навчання (ПРН)**:

- використовувати державну мову в професійній рекламній та піар-діяльності (ПРН-2);
- застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення рекламного та піар-продукту (ПРН-4);
- виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел, необхідної для створення рекламного та піар-продукту на всіх його етапах (ПРН-6);
- генерувати текстовий, зображальний, аудіовізуальний контент рекламної та піар-комунікації, використовуючи різні джерела та технічні засоби (ПРН-21);
- створювати рекламний та піар-продукт, інформаційний контент (ПРН-22);
- представляти створений рекламний та піар-продукт (ПРН-24);
- планувати дослідження для ефективного просування рекламного та піар-продукту (ПРН-25).

У творчій кваліфікаційній роботі, яка захищається на кафедрі реклами та зв'язків з громадськістю, студент повинен продемонструвати набуті за час навчання **професійні компетенції**, означені в ОПП, а саме здатність:

- аналізувати рекламний та піар-ринки, здійснювати рекламні та піар-дослідження;
- визначати цілі та завдання рекламної або піар-комунікації;
- визначати цільову аудиторію рекламної або піар-кампанії, її стейкхолдерів;

- розробляти, формулювати концепцію рекламної або піар-кампанії та обґрунтовувати її доцільність;
- розробляти та реалізовувати стратегію рекламної або піар-кампанії, а також кампанії інтегрованого типу;
- розраховувати бюджет рекламної або піар-кампанії;
- розробляти медіастратегію та готувати медіаплан кампанії;
- розробляти рекламні або піар-продукти;
- виготовляти та розміщувати, з відповідним обґрунтуванням, рекламні або піар-продукти;
- розробляти, в разі доцільності, промоційні заходи в межах рекламної або піар-кампанії;
- визначати критерії ефективності (KPI's) та оцінювати результати рекламної або піар-кампанії.

### **Структура творчої кваліфікаційної роботи**

Згідно з вимогами до розробки та оформлення творчих кваліфікаційних робіт в Інституті журналістики КНУ творча кваліфікаційна робота складається з:

- **Пояснювальної записки** для творчої кваліфікаційної роботи;
- **Проекту...** (що виноситься на захист).

До творчої кваліфікаційної роботи додаються:

- **відгук наукового керівника** (зразок і вимоги до оформлення див. <http://journ.knu.ua/wp-content/uploads/2020/05/vymohy2020bac.pdf> – Додаток Б);
- **рецензія** (зразок і вимоги до оформлення див. <http://journ.knu.ua/wp-content/uploads/2020/05/vymohy2020bac.pdf> – Додаток В).

#### **Пояснювальна записка**

У пояснювальній записці творчої кваліфікаційної роботи обґрунтовується тема роботи, подається актуальність проекту, його об'єкт та предмет, новизна, опис використаних джерел інформації (наукової літератури та галузевих джерел).

Пояснювальна записка може містити додаткові пункти залежно від специфіки проекту. Наприклад, розподіл функціональних обов'язків членів робочої групи, якщо проект виконувався групою студентів і як кваліфікаційна робота представлена його авторська частина.

#### **Проект... (проектна частина)**

У проектній частині творчої кваліфікаційної роботи надається докладний опис проекту та процесу його реалізації, обґрунтування прийнятих у рамках проекту рішень, розміщуються створені студентом матеріали (рекламні або піар-продукти), підготовлені та використані в процесі кампанії, відповідні коментарі до них. Ці матеріали можуть використовуватися в основній частині проекту або переноситися в додатки залежно від обсягу того чи іншого матеріалу та доцільності його використання в основному тексті.

Структура проектної частини:

- вступ;
- клієнтський бриф (за наявності);
- аналітичний блок (дослідження, необхідні для визначення проблеми, аналізу стейкхолдерів та визначення цільових аудиторій, аналізу внутрішньої ситуації організації та конкурентного середовища);
- визначення мети та завдань проекту;
- цільова аудиторія проекту, портрет споживача;

- споживчий інсайт;
- стратегія проєкту;
- креативний бриф;
- календарний план реалізації проєкту;
- оцінка ефективності проєкту;
- висновки;
- список використаних джерел.

### **Комунікаційні продукти, які можуть бути представлені:**

#### *Для рекламних проєктів:*

- пости, відео, рекламні формати в соціальних мережах;
- друкована реклама в ЗМІ;
- аудіореклама;
- телереклама;
- реклама в інтернеті (Seo-текст, контекстна, банерна реклама);
- рекламний текст для зовнішньої реклами, флайерів, постерів тощо;
- слоган рекламної кампанії;
- назва (нейм) продукту чи послуги;
- рекламна стаття;
- логотип;
- брендбук;
- інші матеріали відповідно до змісту проєкту.

#### *Для піар проєктів:*

- пости або відео у соціальних мережах;
- прес-анонс, прес-реліз, пост-реліз;
- бекграундер;
- заява для ЗМІ;
- Q&A;
- факт-лист;
- ньюслеттер;
- запрошення;
- промова для публічної особи (обсяг – 2 сторінки А4);
- кейс-сторі;
- лист-пропозиція, лист-подяка;
- тексти для соціальних мереж (скріншоти);
- відеопродукти;
- подкасти;
- піар-документація, необхідна для роботи з медіа, спонсорами, партнерами;
- фотоматеріали;
- звіти з проактивностей;
- текстові матеріали (скановані чи надруковані);
- сценарії заходів, програм, акцій, тренінгів;
- брошури, книги та інша поліграфічна продукція;
- інші матеріали відповідно до змісту проєкту.

Подані на захист комунікаційні продукти мають у повному обсязі розкривати творчий задум проєкту. Оптимальна кількість створених / підготовлених студентом матеріалів, реалізованих у проєкті і представлених у роботі, – від 5.

Бажано, щоб у роботі був представлений відгук замовника рекламної або піар-комунікації, оформлений належним чином.

Проектна частина є основою обов'язкової презентації проекту на захисті кваліфікаційної роботи. Обсяг презентації – 9-12 слайдів.

Загальний обсяг творчої кваліфікаційної роботи – 35-50 сторінок.

**Критерії оцінювання бакалаврського проекту**  
(максимальна кількість балів):

- творча кваліфікаційна робота (Пояснювальна записка і Проект) - загалом 70 балів, з них:
  - оригінальність (креативність) ідеї та обраної стратегії – 10;
  - рівень виконання поставлених завдань та досягнення визначеної мети – 20;
  - глибина аналітики, відповідність застосованих аналітичних та комунікаційних інструментів заявленій темі – 20;
  - логічність, послідовність, повнота викладення проекту – 10;
  - оформлення творчої кваліфікаційної роботи згідно з чинними вимогами, дотримання граматичних та лексичних норм, оформлення бібліографії – 10 балів;
- захист творчої кваліфікаційної роботи (уміння студента подати результати своєї роботи, аргументовано і стисло викладати матеріал, чітко відповідати на запитання, свої доводи викладати логічно, послідовно та повно – 20 балів;
- презентація (повнота та логічність викладення, комплексність подачі матеріалу, інформативність презентації) – 10 балів.

До захисту творчої кваліфікаційної роботи на засідання ЕК допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану. Студентам, які успішно склали державні екзамени чи захистили випускню роботу згідно з освітньо-професійною програмою підготовки, рішенням ЕК присуджується ступінь вищої освіти «бакалавр» та присвоюється відповідна кваліфікація.