

Державний заклад
«Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»

Соціально-гуманітарний факультет

«Затверджую»

Голова приймальної комісії

акад. Чебикін О. Я.

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

прийому на старші курси

(для проведення співбесід осіб із сторонніх ВНЗ на 2 курс)

Напрямок підготовки 061 «Журналістика»

Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр

**Одеса
2019**

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Призначення програми – забезпечити проведення співбесід осіб із сторонніх ВЗО на 2 курс за спеціальністю 061 «Журналістика». У програмі представлені традиційні для навчальних програм теми згідно із змістом освітньої програми.

Співбесіда проводиться в усній формі. Тривалість висвітлення питань співбесіди не повинна перевищувати 0,5 академічної години.

Вимоги до відповіді студента:

В процесі складання співбесіди абітурієнт має виявити знання з основних тем курсу реклами та зв'язків з громадськістю, повинен оперувати професійними дефініціями, має знати суть і специфіку масової комунікації як науки і сфери практичної діяльності, основні явища рекламної сфери.

II. ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Сутність спеціальності «Реклама і зв'язки з громадськістю». Об'єкт та предмет вивчення реклами та зв'язків з громадськістю. Сфера професійної діяльності фахівця з реклами і зв'язків з громадськістю. Етика та закон в рекламній та PR-діяльності.

Інформація та масові комунікації. Поняття інформації, повідомлення, каналу передачі інформації. Види інформації. Поняття масовою комунікації. Засоби масової комунікації.

Історія реклами. Передумови виникнення реклами. Перша письмова реклама. Історичні етапи становлення реклами.

Теорія реклами. Поняття реклами. Цільова аудиторія. Об'єкт та предмет рекламного впливу. Види реклами. Класифікація реклами. Функції реклами. Неналежна реклама. Рекламний логотип та салоган. Засоби

реклами. Основні суб'єкти рекламного ринку. Рекламна кампанія. Реклама в системі маркетингових комунікацій.

Історія та теорія PR. Поняття Public Relations. Історичні етапи становлення PR. Предмет, структура та зміст PR. Функції PR. PR та суспільна думка. PR в системі маркетингових комунікацій. Організаційні форми PR. PR та ЗМІ.

III. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

180-200 балів абітурієнт отримує, виявивши такі знання та вміння:

- повністю послідовно розкрити зміст матеріалу, поставленого завдання чи проблеми
- здатність включити інформацію, що стосується вирішення проблеми, в систему цілісного знання
- здатність аналізувати та оцінювати факти, події та прогнозувати очікувані результати від прийнятих рішень
- вільне володіння спеціальною термінологією
- правильно застосувати одержані знання, уміння та навички з різних дисциплін для вирішення практичних завдань чи проблем у стандартних та змінених ситуаціях.

150-179 балів абітурієнт отримує, виявивши такі знання та вміння:

- послідовно розкрити зміст матеріалу, поставленого завдання чи проблеми
- здатність аналізувати та оцінювати факти, події та прогнозувати очікувані результати від прийнятих рішень
- вільне володіння спеціальною термінологією, можливі деякі неточності

- правильно застосувати одержані знання, уміння та навички з різних дисциплін для вирішення практичних завдань чи проблем у стандартних ситуаціях.

125-149 балів абітурієнт отримує, виявивши такі знання та вміння:

- зміст питання вкладено частково, не завжди послідовно
- у відповідях є помилки у використанні окремих спеціальних понять
- при вирішенні поставленої проблеми не розуміє шляхів практичного використання конкретної інформації.

100-124 балів абітурієнт отримує, виявивши такі знання та вміння:

- основний зміст завдання не розкрито
- допущено грубі помилки у відповідях
- відсутність володіння спеціального термінологією.

IV. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Учебник / К.В. Антипов. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009. – 328 с.
2. Березенко В. В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: монографія [за загал. наук. ред. В. М.Владимирова]. — К.: Академія Української преси, Центр Вільної Преси, 2013. — 360 с.
3. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? / С. Блек. – М., 1990. – 324 с.
4. Бове К. Л. Современная реклама / К.Л. Бове, У.Ф. Аренс : [пер. с англ.]. – Тольятти : Изд.-й дом «Довгань», 1995. – 661 с.
5. Бове К. Л. Современная реклама: Пер. с англ. / Бове К. Л., Аренс У. Ф. – Тольятти: Изд. дом «Довгань», 1995. – 661 с.
6. Бугрим В.В. Основи реклами і зв'язків із громадськістю / В.В. Бугрим. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2011. – 431 с.
7. Всеукраїнська рекламна коаліція. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.adcoalition.org.ua/ru>

8. Джефкінс Ф. Правові та етичні аспекти рекламної справи // Реклама: Практичний посібник / Джефкінс Ф. [Доп. і ред. Д. Ядіна]. – 4-те вид. – К. : Знання, 2011. – С. 306 – 401.
9. Джефкінс Ф. Реклама: Практ. посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456с.
10. Закон України «Про рекламу». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3235-17>
11. Королько В.Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник / В. Королько – К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. – 388 с.
12. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии : Учебник для студентов вузов / В.Ф. Кузнецов. /2-е изд., доп. и перер. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 302 с.
13. Куліш А.П. Практика PR по-українському : Підручник / А.П. Куліш. – К. : Адеф-Україна, 2005. – 336 с.
14. Ляпина Т. Бизнес и коммуникации, или Школа современной рекламы / Т. Ляпина – К.: «Альтерпрес», 2002. – 456 с.
15. Миронов Ю. Основи рекламної діяльності. Навчальний посібник / Ю. Миронов, Р. Крамар [Електронний ресурс] Режим доступу : http://tourlib.net/books_others/reklama.htm
16. Москаленко А.З. Масова комунікація / Москаленко А.З., Губерський Л.В., Іванов В.Ф., Вергун В.А. – К., 1997. – 568 с.
17. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы / В. Музыкант. – М., 1998. – 324 с.
18. Ньюсом Д. Все о PR. Теория и практика паблік рилейшнз. 7-е изд.-е/Пер. с англ. / Ньюсом Д., Терк Д., Крукеберг Д. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 564 с.
19. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением / Г. Почепцов. – М., Центр, 2004. – 766с.
20. Реклама та PR у масовоінформаційному просторі [Текст] : монографія / За заг. ред. О.В. Александрова. – Одеса : Астропринт, 2009. – 400 с.
21. Романов А.А. Реклама: между социумом и маркетингом.: Научная

- монографія / А. Романов. – М.: «Маркет ДС», 2002. – 354 с.
22. Санакоєва Н.Д. Теорія та історія реклами / Н.Д.Санакоєва. – Запоріжжя: Просвіта, 2014. – 126 с.
23. Синяєва И.М. Паблік рилейшнз в коммерческой деятельности: Учебник для вузов / И. Синяєва. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 346 с.
24. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. – СПб, 1999. – 654 с.