

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов



« 11 » 09 2019 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Технології виробництва та розміщення рекламного продукту
(змістовий модуль: Технології виробництва радіореклами)**

для студентів

спеціальності

061 Журналістика

освітнього рівня

першого (бакалаврського)

освітньої програми

Реклама і зв'язки з громадськістю

Київ – 2019



Розробники:

Гоян Олесь Яремович, доктор філологічних наук, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Вернигора Світлана Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладачі:

Гоян Олесь Яремович, доктор філологічних наук, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Вернигора Світлана Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від 21 січня 2019 року № 6

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю _____ 2019 року

Гарант освітньо-професійної програми Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено

23 січня 2019 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Росінська О. А. Росінська

Пролонговано

на 20 19/20 20 н.р. підпис (ПІБ), «27» 12 20 19 р., протокол № Грешак

на 20 /20 н.р. підпис (ПІБ), « » 20 р., протокол №

на 20 /20 н.р. підпис (ПІБ), « » 20 р., протокол №

на 20 /20 н.р. підпис (ПІБ), « » 20 р., протокол №

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	2	
Курс	2	
Семестр	4	
Кількість змістових модулів з розподілом	2	
Обсяг кредитів	2	
Обсяг годин, в тому числі:	60	
Аудиторні	28	
Модульний контроль	4	
Семестровий контроль	10	
Самостійна робота	18	
Форма семестрового контролю	комплексний екзамен	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – формування знань про радіорекламу, обов'язки фахівця реклами та зв'язків з громадськістю у виробничому процесі радіореклами, вироблення практичних навичок виготовлення та розміщення реклами на радіомовленні.

Завдання дисципліни:

- з'ясувати сутність поняття радіореклама;
- ознайомити студентів з особливостями радіореклами на відміну від інших видів;
- ознайомити з основними поняттями й технологіями виробництва та розміщення реклами на радіомовленні;
- підготовка студентів до використання знань з дисципліни на практиці.

Діяльність (робота) студентів у Центрах компетентностей:

- Центр сучасних комунікацій,
- Центр ефірного і цифрового радіомовлення.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

У результаті вивчення дисципліни студент здобуває загальні та фахові компетентності.

Загальні:

Світоглядна компетентність:

- сформованість світогляду, переконань щодо ролі радіореклами у світі;

– здатність аналізувати й оцінювати суспільні явища і процеси.

Громадянська компетентність:

– дотримання чеснот (норм, настанов, цінностей) громадянина демократичного суспільства.

Самоосвітня компетентність:

– здатність до самостійного поглиблення й оновлення знань, самоорганізації, рефлексії, самокорегування, професійного самовдосконалення.

Фахові:

Інформаційна компетентність:

– здатність застосовувати традиційні та сучасні інформаційні технології у професійній діяльності;

– знання специфіки створення і функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними.

Комунікативна компетентність:

– культура мовлення, комунікабельність, толерантність, артистичність;

– здатність до публічної діяльності;

– уміння застосовувати технології формування громадської думки;

Дослідницько-прогностична компетентність:

– уміння проводити якісні та кількісні дослідження в сфері радіореклами;

– можливість передбачити тенденції та перспективи розвитку рекламного та PR-бізнесу в умовах глобалізації та світової трансформації.

Проектно-творча компетентність:

– уміння застосовувати технології розробки стратегії радіореклами для комерційних і некомерційних організацій, оцінки його ефективності та потенціалу;

– уміння створювати ефективні інформаційні приводи;

Технологічна компетентність:

– можливість використовувати визначене програмне забезпечення в професійній діяльності;

– уміння виробляти радіо-рекламні;

– можливість моделювати радіорекламні повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Модульного контролю	Самостійної роботи	Підсумкового контролю
Змістовий модуль I									
ЗАСАДИ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОГО РАДІОПРОДУКТУ									
1.1	Категоріальний апарат радіореклами	9	6	2	4			3	
1.2	Розробка сценарію рекламного радіоролика	14	8	2	6			6	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом за модулем I	25	14	4	10		2	9	
Змістовий модуль II									
ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ РАДІОРЕКЛАМИ									
2.1	Студійна робота та монтаж радіореклами	14	8	2	6			6	
2.2	Розміщення радіореклами	9	6	2	4			3	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом за модулем 2	25	14	4	10		2	9	
	Іспит	10							10
	Разом за навчальним планом	60	28	8	20		4	18	10

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль I

ЗАСАДИ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОГО РАДІОПРОДУКТУ

Тема 1. Категоріальний апарат радіореклами

Радіомовлення як засіб масової комунікації. Поняття ефекту та ефективності, цільової аудиторії, зворотного зв'язку. Базові складові рекламної комунікації. Поняття кодування та декодування інформації. Поняття радіоролика. Розвиток радіореклами в Україні. Законодавчі аспекти національної радіореклами.

Тема 2. Розробка сценарію рекламного радіоролика

Поняття концепції. Концепції рекламного радіоролика. Особливості розробки концепції реклами для радіомовлення.

Класичне розуміння поняття сценарій. Сценарій рекламного ролика як фундамент комерційного успіху рекламного проекту. Написання

сценарію. Найпоширеніші помилки під час роботи над сценарієм радіореклами.

Змістовий модуль II ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ РАДІОРЕКЛАМИ

Тема 3. Студійна робота та монтаж радіореклами

Творча складова реалізації радіореклами. Виробнича складова реалізації радіореклами. Особливості поєднання творчого та виробничого аспектів. Особливості озвучування рекламного радіоролика. Витоки поняття монтаж. Специфіка монтажу рекламного радіоролика.

Тема 4. Розміщення радіореклами

Взаємозв'язок об'єкта реклами з тематикою радіостанції. Специфіка роботи з цільовою аудиторією. Роль зворотного зв'язку для рекламного проекту. Технологія розміщення радіоролика. Види співпраці рекламодавця з радіостанцією. Фінансова складова розміщення реклами на радіомовленні.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2
Відвідування на практичному занятті	1	5	5	5	5
Робота на практичному занятті	10	5	50	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	9	45	9	45
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>	254		127		127
Максимальна кількість балів					
Розрахунок коефіцієнта		Розрахунок: $254:60=4,24$ Студент набрав: 200 балів Оцінка: $200:4,24 = 47$ балів			

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль 1. Засади розробки рекламного радіопродукту

1. Вивчити та доповнити матеріали лекцій, підготуватися до практичних занять.
2. Ознайомитися із джерелами, запропонованими викладачем.

3. Обрати реалізовану радіорекламу популярного бренду.
4. Дослідити радіорекламу бренду.
5. Представити та аргументувати дослідження.

Змістовий модуль 2. Виробництво та реалізація радіореклами

1. Вивчити та доповнити матеріали лекцій, підготуватися до практичних занять.
2. Ознайомитися із джерелами, запропонованими викладачем.
3. Розробити сценарій до власної радіореклами.
4. Записати та змонтувати ролик до власної радіореклами.
5. Підготувати звіт, представити роботу.

Оцінювання самостійної роботи здійснюється за такими *критеріями*:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
- 4) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, і завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- 5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і під час виступів в аудиторії, уміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється у вигляді реалізації власних проектів.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих та ситуативних завдань, самостійне створення документів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 2, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1

Завдання: Проаналізувати радіорекламу популярного бренду, охарактеризувавши його як об'єкт реклами. Визначити його цільову аудиторію, конкурентів, УТП, місце на ринку, канали поширення, проаналізувати його рекламний радіоролик.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: Запропонувати власний бренд. Визначити його цільову аудиторію, конкурентів, УТП, місце на ринку, канали поширення. Розробити сценарій до рекламного радіоролика. Записати та змонтувати власний рекламний радіоролик.

Критерії оцінювання:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
 - 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
 - 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою;
 - 4) уміння наводити приклади з практики радіореклами, ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами;
 - 5) уміння поєднати теорію з практикою при розгляді конкретних ситуацій, розв'язанні завдань;
 - 6) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмовій роботі, уміння обґрунтувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
 - 7) повнота відповіді на питання, якість і самостійність виконання завдання; творчий підхід й ініціативність у виконанні завдання.
- При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань однієї модульної роботи оцінюється максимально 25 балами.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА РАДІОРЕКЛАМИ»

Разом: 60 год., з них лекційних – 8 год., практичні заняття – 20 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 18 год., семестровий контроль – 10 год., підсумковий контроль – екзамен.

Модулі	Змістовий модуль I	
Назва модуля	Засади розробки рекламного радіопродукту	
Кількість балів за модуль	127 бали	
Теми лекцій	<i>Категоріальний апарат радіореклами – 1б.</i>	<i>Розробка сценарію рекламного радіоролика – 1б.</i>
Теми практичних занять	1. Зіставний аспект української радіореклами – 10 + 1б.	3. Підготовка концепції рекламного радіоролика – 10 + 1б.

	2. Види рекламного радіопродукту – 10 + 1б.	4. Підготовка сценарію рекламного радіоролика – 10 + 1б.
		5. Підготовка до запису радіореклами – 10 + 1б.
Самостійна робота	Табл. 6. 1 (45 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	
Модулі	Змістовий модуль II	
Назва модуля	Виробництво та реалізація радіореклами	
Кількість балів за модуль	127 бали	
Теми лекцій	<i>Студійна робота та монтаж радіореклами – 1б.</i>	<i>Розміщення радіореклами – 1б.</i>
Теми практичних занять	1. Озвучування рекламного радіоролика у студії– 10 + 1б.	4. Способи розміщення рекламного ролика на радіомовленні – 10 + 1б.
	2. Робота з музичним оформленням рекламного радіоролика – 10 + 1б.	5.Оцінювання ефективності розміщеного рекламного радіоролика – 10 + 1б.
	3. Монтаж рекламного радіоролика – 10 + 1б.	
Самостійна робота	Табл. 6. 1 (45 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	
Підсумковий контроль	Комплексний екзамен (Всього за поточний контроль – 254 бали)	

8. ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Дати визначення радіорекламі як засобу масової інформації.
2. Пояснити основні поняття і принципи радіореклами.
3. Пояснити базові складові рекламної комунікації.
4. Проаналізувати специфіку роботи з цільовою аудиторією радіостанції.
5. Пояснити поняття кодування та декодування інформації.
6. Охарактеризувати розвиток радіореклами в Україні.
7. Пояснити законодавчі аспекти радіореклами в Україні.
8. Назвати та охарактеризувати види рекламного радіопродукту.
9. Дати характеристику етапам роботи над рекламним радіороликом.
- 10.Охарактеризувати поняття концепції рекламного радіоролика.
- 11.Пояснити особливості створення сценарію до рекламного радіоролика.
- 12.Проаналізувати вимоги до написання рекламних радіотекстів.
- 13.Пояснити основи процесу виробництва радіореклами.
- 14.Охарактеризувати творчу складову реалізації радіореклами.
- 15.Охарактеризувати виробничу складову реалізації радіореклами.
- 16.Охарактеризувати інструменти реалізації рекламного радіоролика.

17. Пояснити особливості озвучування рекламного радіоролика.
18. Пояснити особливості роботи над музичним оформленням рекламного радіоролика.
19. Пояснити значення звукових ефектів для рекламного радіоролика.
20. Охарактеризувати специфіку монтажу рекламного радіоролика.
21. Обґрунтувати взаємозв'язок об'єкта реклами з тематикою радіостанції.
22. Охарактеризувати технологію розміщення радіоролика на радіостанції.
23. Пояснити роль зворотного зв'язку для рекламного проекту.
24. Охарактеризувати види співпраці рекламодавця з радіостанцією.
25. Охарактеризувати способи оцінки ефективності реалізованого та оприлюдненого рекламного радіоролика.

9. Рекомендовані джерела

Основна (базова):

1. Поляков В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс)
2. Шамхалова С. Ш., Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С. Ш. Шамхалова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 144 с.

Додаткова:

1. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. — Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. — 661 с.
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. — 432 с.
3. Гольман І.А. Рекламне планування. Рекламні технології. Організація рекламної діяльності: записки московського рекламиста. - М.: Изд-во «Гелла-принт», 1996.
4. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. — К.: Знання; КОО, 2001. — 456 с.
5. Джугенхаймер Д. В., Гордон І. В., Уайт І. Основы рекламной справи / / пров. з англ. Б. Косенкова. - Самара: Вид-во «Федоров», 1996. - 480с.
6. Дмитрієва О.Б. «Розробка і технології виробництва рекламного продукту», під ред. Дмитрієвої, 2006р.
7. Евстафьев В. А. Журналистика и реклама: Основы взаимодействия (опыт теоретического исследования). — М.: ИМА-Пресс, 2001. — 263 с.

8. Катерюк А. В. Сучасні рекламні технології: комерційна реклама: Учеб. посібник. - К.: Вид-во «Фенікс», 2001. - 320 с.
9. Коновалова О.В. «Інформаційні жанри телебачення», Ростов-на-Дону, 1997 р.
10. Ляпина Т. Бизнес и коммуникации, или Школа современной рекламы — «Альтапрес» : К.,2001 — 336 с.
11. Моїсеєва ,«Телевізійна реклама», Моїсеєва, м. Москва., 2005р.
12. Мокшанцев Р.І. Психологія реклами: Навчальний посібник / Наук. Ред. М.В. Удальцова. - К.: Вид-во «Инфра-М», 2000. - 352 с.
13. Морозова Н. С., Морозов, М. А. Реклама в соціально-культурному сервісі і туризмі: підручник для студ. вищ. навч. закладів. - М.: Изд-во «Академія», 2003. - 336 с.
14. Мудров А. Н. Основи реклами: підручник. - М.: Економіст, 2005.
15. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основи реклами: Підручник для вузів. - М.: Дашков і К, 2007.
16. Ромат Е. Реклама : Учебник для вузов. 7-е изд. — Спб. : Питер, 2008. — 512 с.
17. Шубін І. Б., «Основи драматургії і режисури рекламного відео», Москва-Ростов-на-Дону, І. Б. Шубін, 2004.

Додаткові ресурси:

1. www.advertology.ru
2. www.sovetnik.ru
3. <http://www.reklamaster.kiev.ua>
4. <http://adfestival.com.ua/rus/news.php>
5. www.brand.kiev.ua
6. <http://admarket.ru/news>