

Міністерство освіти і науки України
Київський університет імені Бориса Грінченка
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов
« 01 » 09 2016 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Планування професійної кар'єри (за фахом)

напряму підготовки 6.030302 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Інститут журналістики

2016-2017 рік

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА Ідентифікаційний код 02136564	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
Протокол № <u>1730</u>	
 (підпис)	(привілеї, печатка)
к. в.	20 <u>16</u> р.

Робоча програма з дисципліни «Планування професійної кар'єри (за фахом)» для студентів за напрямом підготовки 6.030302 Реклама та зв'язки з громадськістю галузі знань 0303 Журналістика та інформація, освітнього рівня Перший (бакалаврський) 2016 року – 18 с.

Розробник: Шиян Віктор Олександрович, старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від «31» серпня №1

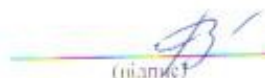
Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю


(підпис)

(Новохатько Л. М.)
(прізвище та ініціали)

Години відповідають робочому навчальному плану

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи


(підпис)

(Росінська О. А.)
(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

Пояснювальна		
записка.....		4
Структура	програми	навчальної
дисципліни.....		6
I. Опис предмета навчальної дисципліни.....		6
II. Тематичний	план	навчальної
дисципліни.....		7
III. Програма.....		8
Zмістовий		модуль
I.....		8
IV. Навчально-методична карта дисципліни "Планування професійної кар'єри (за фахом)».....		11
V. Плани		практичних
занять.....		11
VI. Плани	самостійної	роботи
занять.....		12
VII. Система	поточного та підсумкового	контролю
знань.....		13
VIII. Методи		навчання.....
		15
IX. Методичне забезпечення курсу.....		16

X.	Рекомендована	література.....
.....		16
Основна.....		
.....		16
Додаткова.....		
.....		17

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни "Планування професійної кар'єри (за фахом)" є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів з реклами та зв'язків з громадськістю відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Документ визначає необхідні для студентів обсяги знань відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу представленої дисципліни, містить необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Головною метою курсу є вивчення студентами базових уявлень про рекламні технології, лідерські якості, стратегічне планування, управлінські технологію та засоби планування професійної кар'єри.

Завдання навчального курсу:

- вивчення основних технологій, які дозволяють сформувати успішного фахівця реклами;
- оволодіння навичками стратегічного менеджменту ;
- вивчення принципів ефективного управління власним часом;
- отримання основ знань про сучасні тенденції в рекламі;
- вивчення теоретичних основ і практики створення рекламного продукту.

Міжпредметні зв'язки. "Планування професійної кар'єри (за фахом)" спирається на курс реклами, зв'язків з громадськістю, права, психології, менеджменту та журналістики.

У результаті вивчення дисципліни "Планування професійної кар'єри (за фахом)" студент повинен **знати**:

- головні етапи становлення та розвитку фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю;
- основні поняття професійного розвитку в рекламі та зв'язках з громадськістю;
- способи креативного мислення.

Студент повинен **вміти**:

- володіти основними рекламними інструментами;
- ефективно управляти власним часом та бізнес-процесом;
- застосовувати отримані знання до реалізації рекламної кампанії;
- розробити рекламну стратегію та тактику;
- володіти навичками просування товарів та послуг.

Опанування навчального курсу "Планування професійної кар'єри (за фахом)" передбачає систематизацію актуальних знань у сфері рекламного бізнесу в сучасному глобалізованому світі, уміння застосовувати їх в науково-прикладному контексті.

Представлена дисципліна містить лекційні та практичні заняття. Серед форм контролю – письмові відповіді, а також проведення двох модульних контрольних робіт.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 30 год., із них 8 год. – лекції, 6 год. – практичні заняття, 2 год. – модульний контроль, 4 год. – поточні консультації.

Засвоєння студентами курсу "Планування професійної кар'єри (за фахом)" завершується складанням іспиту.

СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: сутність, завдання, структура стратегії розвитку у галузі реклами та зв'язків з громадськістю у сучасному світі.

Курс:	Напрямок, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів, відповідних ECTS: <i>1 кредит</i>	Шифр та назва галузі знань <i>0303 "Журналістика та</i>	Нормативна Рік підготовки: 2.

<p>Змістові модулі: <i>1 модуль</i></p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): <i>30 годин</i></p> <p>Тижневих годин: <i>2 години</i></p>	<p>інформація”</p> <p>Шифр та назва напрямку: 6.030302 “Реклама та зв’язки з громадськістю”</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень <i>“бакалавр”</i></p>	<p>Семестр: 3.</p> <p>Аудиторні заняття: 14 годин, з них:</p> <p>Лекції (теоретична підготовка): 8 годин</p> <p>Практичні заняття: 6 годин</p> <p>Модульні контрольні роботи: 2 години</p> <p>Іспит: 2 години</p> <p>Самостійна робота: 14 год</p>
--	--	--

Таблиця 1.

II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Самостійна робота	Модульні контрольні роботи	Підсумковий контроль
Змістовий модуль I.								
Стратегічний менеджмент та креативність у рекламі та PR								
1	Предмет і ключові поняття курсу.			2				
2	Основні поняття стратегічного менеджменту.			2				
4	Складові частини стратегічного управління.			2		2		

5	Створення бізнес процесу за допомогою методик стратегічного менеджменту				2	2		
6	Створення рекламної кампанії, як складової бізнес процесу.				2	4		
7	Креативність як творчий процес.			2		2		
8	Розробка креативного рекламного продукту.				2	4		
	Модульна контрольна робота						2	
Разом за навчальним планом		30	14	8	6	14	2	2

III. ПРОГРАМА ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.

Стратегічний менеджмент та креативність у рекламі та PR

ЛЕКЦІЯ 1. Предмет і ключові поняття курсу (2 ГОД.)

Основи стратегічного менеджменту. Планування роботи організації. Планування власного часу. Стратегія і тактика. Креативність у рекламі. Методики креативного мислення. Створення фестивальної реклами та участь на фестивалях реклами. Огляд успішних людей в рекламі. Майстерність фахівця з реклами. Варіанти професійного розвитку.

ЛЕКЦІЯ 2. Основні поняття стратегічного менеджменту (2 ГОД.)

Поняття стратегічного менеджменту. Функції управління. Принципи управління. Елементи управління. Етапи розвитку управлінських концепцій. Складові частини стратегічного управління.

ЛЕКЦІЯ 3. Складові частини стратегічного управління (2 ГОД.)

Системний аналіз та стратегічний вибір організації. Стратегія і тактика. Організування діяльності та мотивація фахівців. Поточна діяльність. Стратегічний контроль.

ЛЕКЦІЯ 4. Креативність як творчий процес (2 ГОД.)

Рутинна та творчість. Дивергентне та латеральне мислення. Творча особистість. Творчий процес. Основні етапи творчого процесу. Креативність як частина культури організації.

IV. Навчально-методична карта дисципліни "Планування професійної підготовки (за фахом)"

Разом: 30 год., лекції – 8 год., практичні заняття – 6 год., самостійна робота – 14 год., модульний контроль – 2 год.

Таблиця 2

Модуль	Змістовий модуль I			
Назва модуля	Стратегічний менеджмент			
К-сть балів за модуль	82			
Лекції	1	2	3	4
Теми лекцій	Тема 1. Предмет і ключові поняття курсу.	Тема 2. Основні поняття стратегічного менеджменту.	Тема 4. Складові частини стратегічного управління.	Тема 4. Креативність як творчий процес.
Відвідування лекцій	1 бал	1 бал	1 бал	1 бал
Лекції	5			
Практичні заняття	1	2	3	
Теми практичних занять (П)	Тема 1. Створення бізнес процесу за допомогою методик стратегічного менеджменту	Тема 2. Створення рекламної кампанії, як складової бізнес процесу.	Тема 3. Розробка креативного рекламного продукту.	
Відвідування практичних занять	1 бал	1 бал	1 бал	
Робота на практичних заняттях	10 балів	10 балів	10 балів	
Самостійна робота	СР№1 5 балів	СР№2 5 балів	СР№3 5 балів	СР№5 5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота №2 (25 балів)			
Підсумковий контроль	Іспит			

ВСЬОГО 82

V. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I.

Стратегічний менеджмент та креативність у рекламі та PR

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1. Створення бізнес процесу за допомогою методик стратегічного менеджменту. (2 ГОД.)

Мета: оволодіти технологіями стратегічного менеджменту.

1. Розробка бізнес процесу компанії.
2. Визначення місії та позиціонування компанії.
3. Ефективний розподіл бюджету компанії.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2. Створення рекламної кампанії, як складової бізнес процесу. (2 ГОД.)

Мета: навчитись розробляти рекламні кампанії в бізнес процесі.

1. Обрати найбільш ефективні канали реклами.
2. Розробити рекламний носій або рекламний макет.
3. Обрати місця розміщення реклами.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3. Розробка креативного рекламного продукту. (2 ГОД.)

Мета: навчитись створювати креативну рекламу

1. Обрати вид реклами
2. Розробити креативну ідею.
3. Візуалізувати ідею.

VII. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Змістовий модуль I.

Стратегічний менеджмент та креативність у рекламі та PR – 14 год.

Тема 1. Складові частини стратегічного управління — 2 год.

1. Проаналізувати методи та види стратегічного управління — 2 год.

Тема 2. Створення бізнес процесу за допомогою методик стратегічного менеджменту — 2 год.

1. Проаналізувати основні моделі бізнес процесів — 2 год.

Тема 3. Створення рекламної кампанії, як складової бізнес процесу — 4 год.

1. Проаналізувати основні підходи до створення рекламної кампанії — 2 год.
2. Підготувати план проведення рекламної кампанії на прикладі товару чи послуги — 2 год.

Тема 4. Креативність як творчий процес — 6 год.

1. Дослідити ефективність креативних технологій у просуванні продукту — 2 год.
2. Проаналізувати рекламні кампанії зазначених брендів — 2 год.
3. Визначити найбільш ефективні елементи просування брендів на ринок — 2 год.

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 3.

Таблиця 3.

КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I.			
Тема 1. Складові частини стратегічного управління (2 год.)	Практичні заняття, модульний контроль	5	I
Тема 2. Створення бізнес процесу за допомогою методик стратегічного менеджменту (2 год.)	Практичні заняття, модульний контроль	5	II
Тема 3. Створення рекламної кампанії, як складової бізнес процесу (4 год.)	Практичні заняття, модульний контроль	5	III
Змістовий модуль II.			
Тема 4. Креативність як творчий процес (6 год.)	Практичні заняття, модульний контроль	5	V
<i>Разом: 14 год.</i>		<i>Разом: 20 балів</i>	

VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Навчальні досягнення студентів із дисципліни "Планування професійної кар'єри (за фахом)" оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

2. Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 4 та табл. 5.

Таблиця 4.

Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць Усього до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	7	7
2	Відвідування практичних занять	1	3	3
3	Робота на практичних заняттях	10	3	30
	Самостійна робота	5	5	20
8	Модульна контрольна робота	25	1	25
максимальна кількість балів 82				

Розрахунок: $82:60=1,36$

Студент набрав: 70

Оцінка: $70:1,36=51$ (бал за семестр)

3. У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

➤ **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда.

➤ **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

Таблиця 5.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання

0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
------	---	--	---

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання індивідуальної роботи, модульної контрольної роботи.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

ІХ. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Найбільш поширені методи навчання дисципліни "Планування професійної кар'єри (за фахом)" представлено у табл. 6.

Таблиця 6.

Класифікація методів навчання, представлених у навчальному курсі

Група	Класифікаційна ознака	Види методів
I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності	за джерелом інформації	<ul style="list-style-type: none"> • словесні: лекція (традиційна, проблемна), пояснення, розповідь, бесіда • наочні: спостереження, ілюстрація, демонстрація. • практичні: вправи

	за логікою передачі і сприймання навчальної інформації	• індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.
	за ступенем самостійності мислення	• репродуктивні, пошукові, дослідницькі
	за ступенем керування навчальною діяльністю	• під керівництвом викладача; • самостійна робота студентів: з книгою;
II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності		• методи стимулювання інтересу до навчання: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо); • прикладний метод аналізу ситуацій - кейс-стаді (case study) , що дозволяє аналізувати результативність реалізованих рекламних та PR-кампаній на прикладі українських та іноземних компаній _

X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ:

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт).

XI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту : навчальний посібник / В.В.Божкова, Ю.М.Мельник. - К : ЦУЛ, 2009 .- 200 с.
2. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR: Учебное пособие / И.Ш.Резепов. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2010. – 224 с.

3. Тодорова О. PR в цифровую эру. Искусство коммуникаций. – К: Huss, 2012. – 240с.

Додаткова література:

1. Закон України “Про інформацію” 2.10.1992.
2. Закон України про рекламу. – К.: Парламентське вид-во, 2000.
3. Закон України. Про захист інформації в автоматизованих системах: Затверджено 5 лип. 1994 р. // Відомості ВРУ. – 1994.– № 31.
4. Закон України. Про інформацію: Закон України: Затверджено 2 жовт. 1992 р. // Відомості ВРУ. –1992. – № 48.
5. Айзенберг М.Н. Менеджмент рекламы. - М.: ТОО «Интел Тех», О-во «Знание» России, 1993.
6. Александров А. Электронный двигатель торговли. Busness Online, № 9, 2000.
7. Алексеев А. А. Комплексная реализация задач маркетинга в системе глобальной сети Интернет. Доклад: Международный конгресс "Маркетинг и проблемы информатизации предпринимательства". – СПб.: Издательство СПУЭиФ, 2006.
8. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001.
9. Воронов В., Лазарев В., Павленко О. // Организация электронной коммерции // Маркетинг. – 2006. – № 3.
- 10.Гречков В.Ю. Современное состояние и перспективы электронной коммерции (маркетинговый подход) // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. –№6.
- 11.Джефкінс Ф. Реклама: практ. посіб. : Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Т-во „Знання”, КОО, 2001.
- 12.Курасова М., Секерин В. Организация рекламных кампаний в системе Интернет // Маркетинг. – 2010.
- 13.Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент. К.:КНЕУ, 1998
- 14.Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг. - М.: Финансы и статистика, 2009.

Робоча програма навчального курсу

"Планування професійної кар'єри (за фахом)"

Укладач: Шиян В.О. старший викладач кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка.

Планування професійної кар'єри (за фахом). Програма навчальної дисципліни / Укладач В.О. Шиян. – К.: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2016. – 18 с.