

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

« 29 » _____ 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Технології виробництва та розміщення рекламного продукту:

Технології виробництва телереклами

для студентів

спеціальності **061 Журналістика**
освітнього рівня **першого (бакалаврського)**
освітньої програми **061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»**

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Протокол № 2599/20
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« _____ » _____ 20 20

Київ – 2021

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 08 грудня 2020 року № 5

Завідувач кафедри  Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами та зв'язків з громадськістю 8 12 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми  М.М.Нетреба

Робочу програму перевірено

14 12 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики

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

Пролонговано

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 № ____

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	екзамен	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

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

Завдання дисципліни:

- *розвивати інтегральну компетентність*: здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі журналістики, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності комунікаційної діяльності.

• *розвивати загальні компетентності*:

- ЗК-2 Критичне мислення. Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраного шляху розв'язання задачі з урахуванням контексту.

• *розвивати фахові компетентності спеціальності*:

- ФК-1 Когнітивно-професійна. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. Здатність оцінювати отримані знання з погляду можливості їх застосування у професійній діяльності. Здатність до мультизадачності, комплексного вирішення складних багатоаспектних завдань.

- ФК-5 Аналітико-прогностична. Здатність проводити дослідження для ефективного просування медійного продукту. Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного ринку. Уміння проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю. Здатність передбачити тенденції та перспективи розвитку рекламного та PR-бізнесу в умовах глобалізації та світової трансформації. Можливість прогнозувати репутаційні ризики і розробляти плани антикризових заходів.

- ФК-7 Технологічна. Здатність формувати інформаційних контент. Володіння професійними технологіями. Знання SMM-менеджменту. Можливість використовувати відповідне програмне забезпечення в професійній діяльності і приватному житті. Володіння практичними засадами копірайтингу. Уміння виробляти рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи). Можливість моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній.

Діяльність (робота) студентів у Центрах компетентностей Інституту журналістики:

- Центр сучасних комунікацій,
- Науково-методичний центр тележурналістики Астідія

3. Результати навчання за дисципліною

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *програмних результатів за ОПІ 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:*

ПРН-2 Оцінювати критично отриману інформацію, застосовуючи закони логіки, аргументувати власну позицію, продукувати нестандартні ідеї для вирішення проблеми чи виконання завдання.

ПРН-8 Демонструвати когнітивну гнучкість та адаптацію при взаємодії з іншими, здатність до мультизадачності, комплексного вирішення складних багатоаспектних завдань.

ПРН-12 Здійснювати аналітико-прогностичну діяльність. Виявляти тенденції рекламного та PR-бізнесу, передбачати перспективи подальшого їх розвитку. Проводити прикладні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю. Прогнозувати репутаційні ризики й розробляти план антикризових заходів.

ПРН-14 Використовувати ІТ-технологій та SMM-менеджмент у професійній діяльності. Володіти копірайтингом. Створювати рекламні та PR-продукти (тексти, візуальні образи, публічні виступи). Моделювати рекламні та PR-повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній.

По завершенню вивчення дисципліни студент повинен:

- розуміти поняття телереклама;
- знати особливості телереклами на відміну від інших видів;
- здатність формувати інформаційних контент телереклами;
- володіти технологіями виробництва та розміщення реклами на телебаченні;
- моделювати телерекламні повідомлення відповідно до концепцій

комунікаційних кампаній;

- оцінювати ефективність реалізованого телерекламного ролика;

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
Модуль I									
ЗАСАДИ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОГО ТЕЛЕПРОДУКТУ									
1.1	Категоріальний апарат телереклами	9	6	2	4			3	
1.2	Розробка сценарію рекламного телевізійного ролика	14	8	2	6			6	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом за модулем 1	25	14	4	10		2	9	
Модуль II									
ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ РЕКЛАМИ									
2.1	Зйомка та монтаж телереклами	14	8	2	6			6	
2.2	Розміщення телереклами	9	6	2	4			3	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом за модулем 2	25	14	4	10		2	9	
	Іспит								10
	Разом за навчальним планом	60	28	8	20		4	18	10

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль I.

ЗАСАДИ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОГО ТЕЛЕПРОДУКТУ

Тема 1. Категоріальний апарат телереклами

Реклама у контексті телевізійних стандартів. Поняття телевізійного ролика. Поняття рекламний ролик, спонсоринг, відеозаставка, дикторське звернення, замовлення рекламного сюжету у новинах, рекламний фільм. Технічні характеристики телебачення. Формати відеозапису.

Тема 2. Розробка сценарію рекламного телевізійного ролика

Класичне розуміння поняття сценарій. Створення літературного сценарію. Розробка режисерського сценарію. Сценарій рекламного ролика як фундамент комерційного успіху рекламного проєкту. Написання сценарію.

Найпоширеніші помилки під час роботи над сценарієм телереклами. Поняття концепції. Концепції рекламного телевізійного ролика. Особливості розробки концепції реклами для телебаченні.

Модуль II

ВИРОБНИЦТВО ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ РЕКЛАМИ

Тема 3. Зйомка та монтаж телереклами

Етапи створення рекламного ролика та їх характеристика. Цілі та завдання рекламного проекту. Розрахунок термінів знімального процесу реклами. Основи процесу виробництва телевізійної реклами. Склад знімальної групи: ролі та обов'язки. Підготовка знімального обладнання. Особливості підбору акторів. Специфіка підготовки відеоролику на основі інтер'єрних (студійна) і натурних (на відкритому повітрі) зйомок. Витоки поняття монтаж. Специфіка монтажу телевізійного рекламного ролика. Види монтажу телевізійної реклами. Класичний монтаж. Асоціативно-образний монтаж. Міжкадровий монтаж. Внутрішньокіадровий монтаж.

Тема 4. Розміщення телевізійної реклами

Взаємозв'язок об'єкта реклами з тематикою телеканалу. Специфіка роботи з цільовою аудиторією. Роль зворотного зв'язку для рекламного проекту. Види співпраці рекламодавця з телеканалом. Фінансова складова розміщення реклами на телеканалі. Технологія розміщення телевізійного ролика. Фіксоване розміщення. Розміщення за рейтингами.

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
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

Модуль 1. Засади розробки рекламного телепродукту

1. Вивчити та доповнити матеріали лекцій, підготуватися до практичних занять.
2. Ознайомитися із джерелами, запропонованими викладачем.
3. Обрати реалізовану телерекламу популярного бренда.
4. Дослідити телерекламу бренда.
5. Представити та аргументувати дослідження.

Модуль 2. Виробництво та реалізація телевізійної реклами

1. Вивчити та доповнити матеріали лекцій, підготуватися до практичних занять.
2. Ознайомитися із джерелами, запропонованими викладачем.
3. Розробити сценарій до власної телевізійної реклами.
4. Записати та змонтувати ролик до власної телевізійної реклами.
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 проєктів.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Передбачає 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 телерекламу популярного бренду, охарактеризувавши його як об'єкт реклами. Визначити його цільову аудиторію, конкурентів, УТП, місце на ринку, канали поширення, проаналізувати його рекламний телевізійний ролик.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: Запропонувати власний бренд. Визначити його цільову аудиторію, конкурентів, УТП, місце на ринку, канали поширення. Розробити

сценарій до рекламного телевізійного ролика. Записати та змонтувати власний рекламний телевізійний ролик.

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 телереклами, 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 обґрунтовувати 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.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульних контрольних робіт. Семестровий контроль включає бали за поточну роботу студента на практичних заняттях, виконання самостійної роботи, модульні контрольні роботи. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі комплексного іспиту з навчальної дисципліни «Технології виробництва та розміщення рекламного продукту», в якій змістовий модуль «Технології виробництва телереклами» є одним з чотирьох.

6.5. Орієнтовний перелік питань до екзамену

1. Пояснити основні поняття і принципи телереклами.
2. Дати визначення телевізійній рекламі як засобу масової інформації.
3. Пояснити базові складові рекламної комунікації.
4. Проаналізувати специфіку роботи з цільовою аудиторією телеканалу.
5. Пояснити поняття кодування та декодування інформації.
6. Охарактеризувати розвиток телереклами в Україні.
7. Пояснити законодавчі аспекти телереклами в Україні.
8. Назвати та охарактеризувати види рекламного телевізійного продукту.
9. Дати характеристику етапам роботи над рекламним телевізійним роликом.
10. Охарактеризувати поняття концепції рекламного телевізійного ролика.
11. Пояснити особливості створення сценарію до рекламного телеролика.
12. Проаналізувати вимоги до написання рекламних телевізійних текстів.

13. Пояснити основи процесу виробництва телереклами.
14. Охарактеризувати творчу складову реалізації телереклами.
15. Охарактеризувати виробничу складову реалізації телереклами.
16. Охарактеризувати інструментарій реалізації рекламного телевізійного ролика.
17. Охарактеризувати процес підготовки до зйомки рекламного телевізійного ролика.
18. Пояснити особливості озвучування рекламного телевізійного ролика.
19. Пояснити особливості роботи над музичним оформленням рекламного телеролика.
20. Охарактеризувати специфіку монтажу рекламного телеролика.
21. Обґрунтувати взаємозв'язок об'єкта реклами з тематикою телеканалу.
22. Охарактеризувати технологію розміщення телереклами на телеканалі.
23. Охарактеризувати види співпраці рекламодавця з телеканалом.
24. Охарактеризувати способи оцінки ефективності реалізованого та оприлюдненого рекламного телевізійного ролика.
25. Пояснити роль зворотного зв'язку для рекламного проєкту.

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. Рекомендовані джерела

Основна (базова):

Основні (базові):

1. Вікарчук О. І., Калініченко О. О., Ніколенко С. М., Пойта І. О. Рекламний креатив: навч. посіб., Житомир : Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с.
2. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика : підручник / КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : Політехніка, 2018. 300 с.
3. Організація телевізійного виробництва : конспект лекцій / В. С. Лазебний, В. М. Бакіко, О. О. Омелянець. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 162с.
4. Про рекламу: Закон України від 11 лип. 2003 р. *Відом. Верхов. Ради України*. 2004. № 8. Ст. 62.

Додаткові:

1. Громова Н. М. Professional reading and vocabulary: advertising and public relations: навч. посіб. для студ. ВНЗ / Київський університет імені Бориса Грінченка. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2018. 179 с.
2. Краско Т. И. Психология рекламы. Харьков: Студцентр, 2002. 212 с.
3. Поляков В. А., Романов А. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата, Москва : Юрайт, 2015. 502 с.
4. Смирнова Ю. В. Реклама на телевидении: разработка и технологии производства : учеб. пособие, Москва : Омега-Л, 2011. 256 с.
5. Шамхалова С. Ш. Теле– и радиореклама. Секреты завоевания потребителей. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. 144 с.
6. Sissors, J. Z., Baron, R.V. Advertising Media Planning. 2010. 481 p.

Додаткові електронні ресурси:

1. Bazilik media : кейси, історії, конспекти лекцій / «Bazilik». Київ, 2019. URL: <https://bazilik.media/> (дата звернення: 01.09.2020).
2. CASES Media : місце спілкування професіоналів: кат. компаній та фахівців, кейс-стаді, авторські статті, афіша подій та новини зі світу креативних індустрій / «CASES». Київ, 2020. URL: <https://cases.media> (дата звернення: 01.09.2020).
3. Creativity.ua : медіа про креативні індустрії України та світу: досліджуємо креативний процес : від пошуку інсайту до реалізації ідеї / «Creativity.ua». Київ, 2020. URL: <https://creativity.ua> (дата звернення: 01.09.2020).
4. MMR – Marketing Media Review : маркетинг, реклама, підприємництво ідеї / «MMR». Київ, 2020. URL: <https://mmr.ua> (дата звернення: 01.09.2020).

8. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА ТЕЛЕРЕКЛАМИ»

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 телепродукту	
Кількість балів за модуль	127 балів	
Теми лекцій	<i>Категоріальний апарат телереклами – 1б.</i>	<i>Розробка сценарію рекламного телевізійного ролика – 1б.</i>
Теми практичних занять	1. Зіставний аспект української телевізійної реклами – 10 + 1б.	3. Підготовка концепції рекламного телеролика – 10 + 1б.
	2. Види рекламного телепродукту – 10 + 1б.	4. Підготовка сценарію рекламного телеролика – 10 + 1б.
		5. Підготовка до зйомки телереклами – 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 телевізійної реклами	
Кількість балів за модуль	127 балів	
Теми лекцій	<i>Зйомка та монтаж телереклами – 1б.</i>	<i>Розміщення телевізійної реклами – 1б.</i>
Теми практичних занять	1. Зйомка рекламного телеролика – 10 + 1б.	4. Способи розміщення рекламного ролика на телебаченні – 10 + 1б.
	2. Робота з музичним оформленням рекламного телеролика – 10 + 1б.	5. Оцінювання ефективності розміщеного рекламного телеролика – 10 + 1б.
	3. Монтаж рекламного телеролика – 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 балів)	