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_» _12_ 202_0_ р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Технології виробництва та розміщення рекламного продукту: Технології виробництва радіореклами

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
Програма 2598/20
(підпис) (прізвище, ініціали)
«___» 2020 р.

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 ____ _____ 2020 року
Гарант освітньо-професійної програми _____М.М.Нетреба

Робочу програму перевірено
___ _____ 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 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:

• *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. 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,
- Центр ефірного і цифрового радіомовлення.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких ***програмних результатів за ОПП 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 завершення вивчення дисципліни студент повинен:

- розуміти поняття радіореклама;
- знати особливості радіореклами на відміну від інших видів;
- формувати інформаційних контент радіореклами;

- володіти технологіями виробництва та розміщення реклами на радіомовленні;
- моделювати радіорекламні повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній;
- оцінювати ефективність реалізованого рекламного радіоролика;

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 І 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 1	**25**	**14**	**4**	**10**		**2**	**9**	
Модуль ІІ 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**
	Разом за навчальним планом	**60**	**28**	**8**	**20**		**4**	**18**	**10**

5. Програма навчальної дисципліни

Модуль І.
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.

Модуль ІІ.
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
Разом	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 радіопродукту

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

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. 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 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 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 іспиту з навчальної дисципліни «Технології виробництва та розміщення рекламного продукту», в якій змістовий модуль «Технології виробництва радіореклами» є одним з чотирьох.

6.5. Орієнтовний перелік питань 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.

6.6. Шкала відповідності оцінок

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

7.Рекомендовані джерела

Основні (базові):

1. Вікарчук О. І., Калініченко О. О., Ніколєнко 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. 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. Шамхалова С. Ш. Теле– и радиореклама. Секреты завоевания потребителей. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. 144 с.
5. Шапоренко В. Звукові засоби створення радіорекламного образу: жанровий аспект. *Науководослідний інститут пресознавства :* збірник праць. Львів, 2015. Вип. 5. С. 460–470.
6. Шапоренко В. Жанрова система української радіореклами: етапи розвитку. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2013. №1074. С. 66–71.
7. Sissors, J. Z., Baron, R.B. 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 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 І**	
Назва модуля	**Засади розробки рекламного радіопродукту**	
Кількість балів за модуль	127 бали	
Теми лекцій	*Категоріальний апарат радіореклами – 1б.*	*Розробка сценарію рекламного радіоролика – 1б.*
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 ІІ**	
Назва модуля	**Виробництво та реалізація радіореклами**	
Кількість балів за модуль	127 бали	
Теми лекцій	*Студійна робота та монтаж радіореклами – 1б.*	*Розміщення радіореклами – 1б.*
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)	