

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2023 року



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Продакшн телевізійної та радіореклами

для студентів

спеціальностей **021 «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво»,**

**061 «Журналістика»**

рівня вищої освіти *першого (бакалаврського)*

освітніх програм **021.00.01 «Ведучий телевізійних програм»,**

**061.00.01 «Журналістика»,**

**061.00.03 «Видавнича справа та редагування»,**

**061.00.05 «Міжнародна журналістика»**

Київ – 2023





## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	
Курс	2	
Семестр	4	
Кількість змістових модулів з розподілом	4	
Обсяг кредитів	4	
Обсяг годин, в тому числі:	120	
Аудиторні	56	
Модульний контроль	8	
Семестровий контроль	-	
Самостійна робота	56	
Форма семестрового контролю	залік	

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета дисципліни** – формування знань про продакшн реклами та опанування всіх етапів виробництва телевізійної та радіореклами – від розробки ідеї до її реалізації, а саме формування компетентностей виробництва телевізійної та радіореклами, знань про обов'язки фахівця у виробничому процесі телевізійної та радіореклами. Студенти навчатимуться пропонувати новий бренд, працювати з його особливостями та цільовою аудиторією, створювати для нього телевізійну та радіорекламу. Отримані знання можуть використовуватися для виробництва відео та аудіореклами як для замовника, так і для продукування контенту для власного бренду.

**Завдання** дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність виконувати складні завдання в галузі аудіовізуального мистецтва та виробництва, а також журналістики, що передбачає застосування положень і методів соціокомунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності комунікаційної діяльності;
- розвивати *додаткові фахові компетентності*: навички розробки та реалізації стратегічних концепцій рекламних та PR проєктів в галузі аудіовізуального мистецтва та виробництва, а також журналістики.

### **Діяльність (робота) студентів у Центрах компетентностей:**

- Центр сучасних комунікацій.

### **3. Результати навчання за дисципліною**

#### **Програмні результати навчання:**

- засвоїти сутність понять телереклама та радіореклама;
- усвідомлювати роль телереклами та радіореклами у сфері аудіовізуального мистецтва та виробництва, а також журналістики;
- знати особливості телереклами та радіореклами;
- володіти технологіями виробництва теле- та радіореклами;
- застосовувати технології розробки стратегії теле- та радіореклами для комерційних і некомерційних організацій, оцінки її ефективності;
- моделювати теле- та радіорекламні повідомлення відповідно до концепцій комунікаційних кампаній;
- застосовувати технології виробництва рекламного продукту для телебачення та радіомовлення.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

##### Тематичний план для денної форми навчання

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
		<i>Разом</i>	<i>Аудиторних</i>	<i>Лекцій</i>	<i>Практичних</i>	<i>Семінарських</i>	<i>Модульного контролю</i>	<i>Самостійної роботи</i>	<i>Підсумкового контролю</i>
<b>Модуль I.</b>									
<b>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ТА РАДІОРЕКЛАМИ</b>									
1.1.	Основи створення реклами	10	4	4				6	
1.2.	Особливості реалізації телевізійної реклами	7	2	2				5	
1.3.	Особливості реалізації радіореклами	9	4	2	2			5	
	Модульна контрольна робота 1	2					2		
	<b>Разом за модулем 1</b>	<b>28</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>2</b>		<b>2</b>	<b>16</b>	
<b>Модуль II.</b>									
<b>АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ТА РАДІОРЕКЛАМИ</b>									
2.1.	Аналіз бренду для виробництва теле- та радіореклами	14	4		4			10	
	Модульна контрольна робота 2	2					2		
	<b>Разом за модулем 2</b>	<b>16</b>	<b>4</b>		<b>4</b>		<b>2</b>	<b>10</b>	
<b>Модуль III.</b>									
<b>ПРОДАКШН ТЕЛЕРЕКЛАМИ</b>									
3.1.	Виробництво телевізійної реклами	37	22		22			15	
	Модульна контрольна робота 3	2					2		
	<b>Разом за модулем 3</b>	<b>39</b>	<b>22</b>		<b>22</b>		<b>2</b>	<b>15</b>	
<b>Модуль IV.</b>									
<b>ПРОДАКШН РАДІОРЕКЛАМИ</b>									
4.1.	Виробництво радіореклами	35	20		20			15	
	Модульна контрольна робота 4	2					2		
	<b>Разом за модулем 4</b>	<b>37</b>	<b>20</b>		<b>20</b>		<b>2</b>	<b>15</b>	
	<b>Разом за навчальним планом</b>	<b>120</b>	<b>56</b>	<b>8</b>	<b>48</b>		<b>8</b>	<b>56</b>	

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### **Модуль I ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ТА РАДІОРЕКЛАМИ**

#### **Тема 1. Основи створення реклами**

Поняття реклами. Основні поняття рекламної діяльності. Складові рекламної діяльності. Законодавчі аспекти національної реклами. Види реклами. Цілі реклами. Дослідження ринку. Вивчення об'єкту реклами. Вивчення цільової аудиторії об'єкту реклами. Етапи створення рекламного продукту та їх характеристика. Цілі та завдання рекламного проєкту. Основи написання рекламних текстів. Розрахунок термінів процесу реалізації реклами. Поняття ідеї, концепції, концепції рекламного ролика. Особливості розробки концепції реклами для телерадіомовлення. Творча складова реалізації реклами. Виробнича складова реалізації реклами. Особливості поєднання творчого та виробничого аспектів.

#### **Тема 2. Особливості реалізації телевізійної реклами**

Реклама у контексті телевізійних стандартів. Правила написання тексту для телевізійної реклами. Продакшн телевізійної реклами. Формати відеозапису. Фінансова складова створення телереклами. Розміщення рекламного телевізійного ролика в ефірі. Кейси успішної телереклами. Створення літературного сценарію. Розробка режисерського сценарію. Найпоширеніші помилки під час роботи над сценарієм телереклами. Тестування сценарію телереклами. Поняття концепції рекламного телевізійного ролика. 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. Особливості зйомки товарів. Постпродакшн телевізійної реклами. Специфіка монтажу телевізійного рекламного ролика. Види монтажу телевізійної реклами. Класичний монтаж. Асоціативно-образний монтаж. Міжкадровий монтаж. Внутрішньокадровий монтаж. Робота з музичним оформленням телевізійної реклами.

#### **Тема 3. Особливості реалізації радіореклами**

Реклама у контексті стандартів радіомовлення. Продакшн української радіореклами. Види співпраці рекламодавця з радіостанцією. Кейси успішної радіореклами. Поняття концепції. Поняття концепції рекламного радіоролика. Особливості розробки концепції реклами для радіомовлення. Правила написання тексту для радіореклами. Сценарій рекламного ролика як фундамент комерційного успіху рекламного проєкту. Написання сценарію для радіореклами. Найпоширеніші помилки під час роботи над сценарієм радіореклами. Творча складова реалізації радіореклами. Виробнича складова реалізації радіореклами. Особливості поєднання творчого та виробничого

аспектів. Учасники виробничого процесу радіореклами. Особливості озвучування рекламного радіоролика. Поняття монтаж радіореклами. Специфіка монтажу рекламного радіоролика.

## **Модуль II**

### **АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ТА РАДІОРЕКЛАМИ**

#### **Тема 4. Аналіз бренду для виробництва теле- та радіореклами**

Поняття об'єкта реклами. Поняття бренду як об'єкта реклами. Етапи створення бренду. Дослідження історії розвитку сфери бренду. Аналіз ринку, що стосується сфери застосування бренду: в Україні, за кордоном, визначення лідерів ринку, тенденцій. Поняття неймінгу. Процес розробки назви бренду. Аналіз портрета цільової аудиторії, ринку, УТП, позиціонування, конкурентного середовища, історії створення. Етапи створення слогана для бренду. Пропозиція стратегії розвитку бренду.

## **Модуль III**

### **ПРОДАКШН ТЕЛЕРЕКЛАМИ**

#### **Тема 5. Виробництво телевізійної реклами**

Етапи створення телереклами. Аналіз телереклами прямих конкурентів бренду. Підготовка концепції телереклами для бренду. Підготовка сценарію телереклами. Корегування сценарію телереклами. Робота з музичним оформленням телереклами. Підготовка тексту телереклами. Підготовка до зйомки телереклами. Робота з фокус-групами. Підбір акторів для зйомки телереклами. Підготовка локації та реквізиту для зйомки телереклами. Зйомка телереклами. Особливості зйомки продуктів харчування для телевізійної реклами. Монтаж телереклами. Презентація виробленої телереклами. Оцінка ефективності виробленої телереклами.

## **Модуль IV**

### **ПРОДАКШН РАДІОРЕКЛАМИ**

#### **Тема 6. Виробництво радіореклами**

Етапи створення радіореклами. Аналіз радіореклами прямих конкурентів бренду. Підготовка концепції радіореклами для бренду. Підготовка сценарію радіореклами. Корегування сценарію радіореклами. Робота з музичним оформленням радіореклами. Підготовка тексту радіореклами. Підготовка до запису радіореклами. Підбір диктора / акторів для озвучування тексту радіореклами. Озвучування радіореклами. Особливості роботи у студії звукозапису. Монтаж радіореклами. Презентація виробленої радіореклами. Оцінка ефективності виробленої радіореклами.

## 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	4	4	-	-
Відвідування на практичному занятті	1	1	1	2	2
Робота на практичному занятті	10	1	10	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<b>Разом за модуль</b>			<b>45</b>		<b>52</b>
		Модуль 3		Модуль 4	
Відвідування лекцій	1	-	-	-	-
Відвідування на практичному занятті	1	11	11	10	10
Робота на практичному занятті	10	11	110	10	100
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<b>Разом за модуль</b>			<b>151</b>		<b>140</b>
<b>Разом всі модулі</b>	<b>388</b>				
Розрахунок коефіцієнта		Розрахунок: $388 : 100 = 3,88$ Студент набрав: 368 балів Оцінка: $368 : 3,88 = 95$ балів			

### 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

#### **Самостійна робота 1. Модуль 1. Теоретичні аспекти виробництва телевізійної та радіореклами**

Завдання: Резюмувати (обсяг - до 2 сторінок А4) розділи закону України "Про рекламу", що стосуються телевізійної та радіореклами.

#### **Самостійна робота 2. Модуль 2. Аналітичні аспекти виробництва телевізійної та радіореклами**

Завдання: Запропонувати власний бренд та охарактеризувати його як об'єкт реклами: ринок послуг, цільову аудиторію, конкурентів, УТП запропонованого бренду.

#### **Самостійна робота 3. Модуль 3. Продажин телереклами**

Завдання: Написати сценарій до телевізійної реклами власного бренду, зняти та змонтувати телерекламу.



#### **Самостійна робота 4. Модуль 4. Продажин радіореклами**

Завдання: Написати сценарій до радіореклами власного бренду, записати та змонтувати радіорекламу.

*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 модуля та є підсумком його опрацювання. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у 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 – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим.

##### ***Модульна контрольна робота № 1***

Завдання: Проаналізувати по десять прикладів української телевізійної та радіореклами, визначити зміни, що відбулися в українській комерційній рекламі протягом останніх півтора роки; охарактеризувати особливості, тренди комерційної реклами в Україні 2022-2023 років.

##### ***Модульна контрольна робота № 2***

Завдання: Проаналізувати український бренд, що є конкурентом для запропонованого студентом бренду. Визначити його цільову аудиторію, конкурентів, УТП, місце на ринку, канали поширення. Представити результати дослідження.

##### ***Модульна контрольна робота № 3***

Завдання: Підготувати звітну презентацію виробленої телереклами, зазначивши в ній інформацію про: бренд; яких вимог, правил, законів про рекламу дотримувалися під час створення телереклами; процес та етапи створення телереклами; проблеми, які виникали під час створення телереклами; чи вдалося досягнути запланованої у сценарії ефективності телереклами після зйомки та монтажу; фітбек цільової аудиторії телереклами;

співвідношення негативних та позитивних відгуків про вироблену телерекламу; рекомендації для вдосконалення виробленої телереклами.

#### ***Модульна контрольна робота № 4***

Завдання: Підготувати звітну презентацію виробленої радіореклами, зазначивши в ній інформацію про: бренд; яких вимог, правил, законів про рекламу дотримувалися під час створення радіореклами; процес та етапи створення радіореклами; проблеми, які виникали під час створення радіореклами; чи вдалося досягнути запланованої у сценарії ефективності радіореклами після запису та монтажу; фітбек цільової аудиторії радіореклами; співвідношення негативних та позитивних відгуків про вироблену радіорекламу; рекомендації для вдосконалення виробленої радіореклами.

*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 виробництва теле-, 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. Форма проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить бали за виконану поточну роботу студента на практичних заняттях, за самостійну роботу, модульну контрольну роботу, відвідування лекцій дисципліни. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі заліку і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу. Максимальний бал за залік, який студент може отримати з дисципліни «Продакшн телевізійної та радіореклами» – 100.

## 6.5. 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

### Основні:

1. Гоян О.Я. Радіостанція як ділове підприємство: методика журналістської творчості : посібник для студентів інституту журналістики. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. Київ : ПЦ КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. 62 с.
2. Гоян О.Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: підручник для студ. Ін-ту журналістики. Затверджено Міністерством освіти і науки України для студентів вищих навчальних закладів, які навчаються за напрямом «Журналістика». Київ : ВПЦ «Київський університет», 2004. 190 с. (Друге і третє видання у 2004 і 2008 роках).
3. Єлісовенко Ю.П., Нагорняк М.В. Радіовиробництво : навч. посіб. / За заг. ред. проф. В.В. Різуна. Київ : ТОВ «ДРУКАРНЯ «БІЗНЕСПОЛІГРАФ», 2017. 304 с.
4. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Харків : Фабула, 2019. 352 с.
5. Катерюк А. В. Сучасні рекламні технології: комерційна реклама: навч. посіб. Київ : Вид-во «Фенікс», 2001. 320 с.
6. Про рекламу: Закон України від 11 лип. 2003 р. *Відом. Верхов. Ради України*. 2004. № 8. Ст. 62.
7. Трухімович С. В. Реклама: конспекти копірайтера : практич. посіб. / Києво-Могилянська академія. Київ : Києво-Могилянська академія, 2016. 145 с.
8. Чалдині Р. Психологія впливу : пер. М. Скоробогатов. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля». 2017. 352 с.
9. Черемних І. В. Телевізійний маркетинг : навч. посіб., вид. 2-ге, доп. Київ : ДП «Експрес-об'ява», 2018. 304 с.

### Додаткові:

1. Гоян О.Я. Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіоефірі: монографія. Київ : Інститут журналістики, 2005. 319 с.
2. Гоян О., Гоян В. Перші комерційні радіостанції в Україні: від експериментів до бізнесу : навч. посіб. Київ : Інститут журналістики, 2020. 56 с.

3. Джефкінс Ф. Реклама : практич. посіб. : пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. Київ : Знання; КОО, 2001. 456 с.
4. Поліщук А.А. Теорія та практика графіки : навч. посіб. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. 212 с.
5. Хоменко І.А. Художнє радіомовлення і рух до відкритого суспільства : навч. посіб. Київ, 2019
6. Johansson, Kaj. A Guide to Graphic Production (2011). Kaj Johansson (Author), Peter Lundberg (Author), Robert Ryberg (Author). Wiley. (Publisher). 400 p.
7. Sissors, J. Z., Baron, R.V. Advertising Media Planning : [Посібник]. 2010. 481 p.

***Електронні ресурси:***

1. Bazilik media : кейси, історії, конспекти лекцій / «Bazilik». Київ, 2019. URL: <https://bazilik.media/> (дата звернення: 01.03.2023).
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: 01.02.2023).
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: 01.02.2023).
4. MMR – Marketing Media Review : маркетинг, реклама, підприємництво ідеї / «MMR». Київ, 2020. URL: <https://mmr.ua> (дата звернення: 01.02.2023).

## НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ПРОДАКШН ТЕЛЕВІЗІЙНОЇ ТА РАДІОРЕКЛАМИ»

Разом: 120 год., з них лекційних – 8 год., практичні заняття – 48 год.,  
модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 56 год., підсумковий контроль – залік.

Таблиця 7.1

Модулі	<b>Модуль I</b>	
Назва модуля	<b>Теоретичні аспекти виробництва телевізійної та радіореклами</b>	
Кількість балів за модуль	45 балів	
Теми лекцій	<i>Основи створення реклами – 2 б.</i>	
	<i>Особливості реалізації телевізійної реклами – 1 б.</i>	<i>Особливості реалізації радіореклами – 1 б.</i>
Тема практичного заняття	1. Аналіз української телевізійної та радіореклами	
Самостійна робота	Табл. 6.1 (5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	
Модулі	<b>Модуль II</b>	
Назва модуля	<b>Аналітичні аспекти виробництва телевізійної та радіореклами</b>	
Кількість балів за модуль	52 балів	
Теми практичних занять	2. Створення власного бренду – 10 + 16.	3. Створення слогана об'єкта реклами – 10 + 16.
Самостійна робота	Табл. 6.1 (5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	

Продовження таблиці 7.1

Модулі	<b>Модуль III</b>	
Назва модуля	<b>Продакшн телереклами</b>	
Кількість балів за модуль	151 балів	
Теми лекцій	<i>Особливості реалізації реклами на телебаченні – 1б.</i>	
Теми практичних занять	4. Аналіз телереклами прямих конкурентів власного бренду – 10 + 16.	5. Підготовка концепції телереклами для власного бренду – 10 + 16.
	6. Підготовка сценарію телереклами – 10 + 16.	7. Корегування сценарію телереклами – 10 + 16.

	8. Робота з музичним оформленням телереклами – 10 + 16.	9. Підготовка тексту телереклами – 10 + 16.
	10. Підготовка до зйомки телереклами – 10 + 16.	11. Зйомка телереклами (1-й тиждень) – 10 + 16.
	12. Зйомка телереклами (2-й тиждень) – 10 + 16.	13. Монтаж телереклами – 10 + 16.
	14. Презентація виробленої телереклами – 10 + 16.	
Самостійна робота	Табл. 6. 1 (5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)	
Модулі	<b>Модуль IV</b>	
Назва модуля	<b>Продакшн радіореклами</b>	
Кількість балів за модуль	140 балів	
Теми лекцій	<i>Особливості реалізації реклами на радіомовленні – 1б.</i>	
Теми практичних занять	15. Аналіз радіореклами прямих конкурентів власного бренду – 10 + 16.	16. Підготовка концепції радіореклами для власного бренду – 10 + 16.
	17. Підготовка сценарію радіореклами – 10 + 16.	18. Корегування сценарію радіореклами – 10 + 16.
	19. Робота з музичним оформленням радіореклами – 10 + 16.	20. Підготовка тексту радіореклами – 10 + 16.
	21. Підготовка до запису радіореклами – 10 + 16.	22. Озвучування радіореклами у студії 10 + 16.
	23. Монтаж радіореклами – 10 + 16.	24. Презентація виробленої радіореклами – 10 + 16.
Самостійна робота	Табл. 6. 1(10 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)	
Підсумковий контроль	Залік (всього з дисципліни – 388 балів)	