

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

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2024 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Технології виробництва та розміщення рекламного продукту:

Радіореклама

для здобувачів

спеціальності

061 «Журналістика»

рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Київ – 2024

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка	
Код ЄДРПОУ 45307965	
Програма № <u>2544/24</u>	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
<u>Григорук</u> (підпис)	<u>Григорук</u> (прізвище, ініціали)
« <u> </u> » <u>20</u> <u>24</u> р.	

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 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Технології виробництва та розміщення рекламного продукту:

Радіореклама

для студентів

спеціальності

061 «Журналістика»

рівня вищої освіти

першого (бакалаврського)

освітньої програми

061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»



Київ – 2023

Розробники:

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

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

Викладачі:

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

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

Протокол від 23 серпня 2023 року № 1

Завідувач кафедри Л. М. Новохатько

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з
реклами та зв'язків з громадськістю 2023 року

Гарант освітньо-професійної програми М. М. Нетреба

Робочу програму перевірено

2023 р.

Заступник декана Факультету журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи В. Є. Сошинська

Пролонговано

на 2024/2025 н.р. підпис (ПБ), «28» 08 2024 р., протокол № 1

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

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

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 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	3	
Семестр	5	
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. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

- ЗК 3. Здатність бути критичним і самокритичним.

- ЗК 7. Здатність працювати в команді.

- ЗК 10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

- ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою.

• *розвивати спеціальні (фахові, предметні) компетентності спеціальності:*

- СК 2. Здатність формувати інформаційний контент.
- СК 3. Здатність створювати медійний, рекламний та PR-продукт для вирішення завдань внутрішньої і зовнішньої комунікації.
- СК 5. Здатність ефективно просувати створений медійний, рекламний та PR-продукт.

Діяльність (робота) здобувачів у Центрах компетентностей Факультету журналістики:

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

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

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

- РН 2. Застосовувати знання зі сфери реклами та зв'язків з громадськістю для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
- РН 3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
- РН 7. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
- РН 10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.
- РН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.
- РН 14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- РН 15. Створювати грамотний медійний, рекламний та PR-продукт з урахуванням каналу поширення та платформи оприлюднення.
- РН 17. Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах.

По завершенні вивчення дисципліни здобувач повинен:

- розуміти поняття радіореклами;
- знати особливості радіореклами на відміну від інших видів;
- формувати інформаційний 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	Лабораторних	Семінарських	Модульного контролю	Самостійної роботи	Підсумкового контролю
Модуль I									
ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ РЕКЛАМНОГО РАДІОПРОДУКТУ									
1.1.	Категоріальний апарат радіореклами	9	6	2	4			3	
1.2.	Розроблення сценарію рекламного радіоролика	14	8	2	6			6	
	Модульна контрольна робота	2					2		
	Разом за модулем I	25	14	4	10		2	9	
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 II	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 РОЗРОБЛЕННЯ 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. Розроблення сценарію рекламного радіоролика

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

Поняття сценарій. Сценарій рекламного ролика як фундамент комерційного успіху рекламного проєкту. Написання сценарію. Найпоширеніші помилки під час роботи над сценарієм радіореклами.

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. 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 проєкту. Технологія розміщення радіоролика. Види співпраці рекламодавця з радіостанцією. Фінансова складова розміщення реклами на радіомовленні.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень здобувачів

Вид діяльності здобувача	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 лабораторного заняття	1	5	5	5	5
Робота під час лабораторного заняття	10	5	50	5	50
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	5
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>	174		87		87
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $174:60=2,9$ Здобувач набрав: 150 балів Оцінка: $150:2,9 = 52$ бали (+ бал за іспит)				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Модуль 1. Засади розроблення рекламного радіопродукту

Самостійна робота 1

Дослідити українську радіорекламу за останній рік та представити результати дослідження.

Модуль 2. Виробництво та реалізація радіореклами

Самостійна робота 2

Записати та змонтувати аудіо до власної радіореклами.

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 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: Запропонувати ідею реклами, охарактеризувавши її: цільову аудиторію, конкурентів, УТП, місце на ринку, канали поширення.

Модульна контрольна робота № 2

Завдання: Написати сценарій до власної 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 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 здобувача під час лабораторних занять, виконання самостійної роботи, модульні контрольні роботи. Семестровий контроль знань здобувачів проводиться у формі іспиту з навчальної дисципліни «Технології виробництва та розміщення рекламного продукту», в якій змістовий модуль «Радіореклама» 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	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

7.Рекомендовані джерела

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 : підруч. / 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. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики [Текст] : підручник / В. В. Лизанчук ; Міністерство освіти і науки України, Львівський національний університет імені Івана Франка. Київ : Знання, 2006. 628 с. + компакт-диск.
3. Шапоренко В. Звукові засоби створення радіореklamного образу: жанровий аспект. *Науководослідний інститут пресознавства* : збірник праць. Львів, 2015. Вип. 5. С. 460–470.
4. Шапоренко В. Жанрова система української радіореklamи: етапи розвитку. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2013. №1074. С. 66–71.
5. Sissors, J. Z., Baron, R.B. Advertising Media Planning. 2010. 481 p.

Додаткові електронні ресурси:

1. Bazilik media : кейси, історії, конспекти лекцій. «Bazilik» : веб-сайт. Київ, 2019. URL: <https://bazilik.media/> (дата звернення: 21.08.2024).
2. CASES Media : місце спілкування професіоналів: кат. компаній та

фахівців, кейс-стаді, авторські статті, афіша подій та новини зі світу креативних індустрій. «CASES» : веб-сайт. Київ, 2020. URL: <https://cases.media> (дата звернення: 21.08.2024).

3. Creativity.ua : медіа про креативні індустрії України та світу: досліджуємо креативний процес : від пошуку інсайту до реалізації ідеї / «Creativity.ua» : веб-сайт. Київ, 2020. URL: <https://creativity.ua> (дата звернення: 21.08.2024).
4. MMR – Marketing Media Review : маркетинг, реклама, підприємництво ідеї. «MMR» : веб-сайт. Київ, 2020. URL: <https://mmr.ua> (дата звернення: 21.08.2024).

8. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «Технології виробництва та розміщення рекламного продукту: РАДІОРЕКЛАМА»

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	Модуль І	
Назва модуля	Засади розроблення рекламного радіопродукту	
Кількість балів за модуль	87 балів	
Теми лекцій	<i>Категоріальний апарат радіореклами – 1б.</i>	<i>Розроблення сценарію рекламного радіоролика – 1б.</i>
Теми лабораторних 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	(5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	
Модулі	Модуль ІІ	
Назва модуля	Виробництво та реалізація радіореклами	
Кількість балів за модуль	87 балів	
Теми лекцій	<i>Студійна робота та монтаж радіореклами – 1б.</i>	<i>Розміщення радіореклами – 1б.</i>
Теми лабораторних 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	(5 балів)	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	
Підсумковий контроль	Комплексний екзамен (Всього за поточний контроль – 174 бали)	