



СИЛАБУС

Кваліфікаційної (бакалаврської) роботи

Галузь знань	06 Журналістика
Шифр та назва спеціальності	061 Журналістика
Назва освітньо-професійної програми	Реклама та зв'язки з громадськістю
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій
Кафедра	Міжнародних відносин, суспільних комунікацій та ІТ-права
Статус навчальної дисципліни	ОК 31 ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю»
Форма навчання	Денна

Викладач

Кокорєв Олексій Вікторович
kokorev@ukr.net



В. о завідувача кафедри
міжнародних відносин, суспільних
комунікацій та ІТ-права,
д. політ. н., доцент

Загальна інформація

Анотація	Кваліфікаційна (бакалаврська) робота є обов'язковою компонентною ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю», в межах якої передбачено набуття та удосконалення знань, умінь та навичок щодо проведення наукових розвідок у сфері рекламної та PR-діяльності.
Мета	– систематизація умінь та навичок щодо проведення досліджень із застосуванням сучасних методів аналізу, прогнозування, розробки та реалізації інноваційних та інформаційних екосистем у сфері публічного управління та адміністрування.

Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях. ЗК02. Знання та розуміння предметної галузі та розуміння професійної діяльності. ЗК08. Здатність навчатися і володіти сучасними знаннями. ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою. ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою СК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. СК2. Здатність формувати інформаційний контент. СК3. Здатність створювати медіапродукт. СК6. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності
Результати навчання	ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.
Обсяг ОК-31	Загальний обсяг дисципліни: 9 кредитів ЄКТС (270 год.).
Форма підсумкового контролю	Публічний захист кваліфікаційної (бакалаврської) роботи
Терміни викладання ОК-31	Підготовка кваліфікаційної (бакалаврської) роботи здійснюється у 8-му семестрі (32–40 тижні).

Нормативні посилання

1. Положення Про екзаменаційну комісію та атестацію здобувачів вищої освіти в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку (Затверджено Вченою радою ДУІТЗ протокол №1 від 10.02.2023 р.) <https://suitt.edu.ua/polozennja-duitz>;
2. Порядок організації наукової та інноваційної діяльності в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку (Наказ ректора ДУІТЗ від 03.02.2021 р. № 01-02-32) <https://suitt.edu.ua/polozennja-duitz>;
3. Положення Про комісію з питань етики та академічної доброчесності в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку (Затверджено Вченою радою ДУІТЗ протокол №11 від 13.07.2022 р.) <https://suitt.edu.ua/polozennja-duitz>;
4. Положення Про забезпечення академічної доброчесності та етики в Державному університеті інтелектуальних технологій і зв'язку (Затверджено Вченою радою ДУІТЗ протокол №8 від 23.12.2021 р.) <https://suitt.edu.ua/polozennja-duitz>;

Орієнтовні напрями наукових досліджень

1. Використання електронних сервісів у рекламно-комунікаційній сфері діяльності
2. Використання соціальних мереж журналістами: аналіз впливу на формування новин.
3. Види маніпулятивних практик у рекламній сфері (на прикладі місцевих / регіональних / державних рекламних агенцій).
4. Види маніпулятивних практик в інформаційних випусках «новин» (на прикладі місцевих / регіональних / державних ЗМІ).
5. Врахування національної специфіки при створенні рекламних текстів (на прикладі місцевих, регіональних, державних рекламних агенцій).
6. Глянцеві журнали: дослідження ролі та представлення у сучасному інформаційному полі.
7. Гендерний аспект рекламної комунікації (на прикладі зовнішньої реклами у регіоні/місті)
8. Диджитал-технології у журналістиці: віртуальна реальність, штучний інтелект
9. Дослідження розповсюдження та впливу фейкових новин на сучасне суспільство.
10. Дослідження реклами як виду соціальної комунікації на семіотично-функціональному рівні
11. Еволюція ролі жінок у журналістиці: дослідження змін у представленні жінок у журналістиці.
12. Журналістика та політика: вплив медіа на політичні процеси та образ політиків у громадськості.
13. Журналістика у цифрову епоху: використання маніпулятивних технологій.
14. Журналістська етика в еру фейкових новин: етичні стандарти та їх збереження.
15. Запровадження інноваційних інструментів зарубіжного досвіду у діяльності ЗМІ (PR-менеджерів)
16. Застосування гендерного підходу при розробці рекламної/ PR-кампанії.
17. Інновації у журналістиці: новітні технології та методи оптимізації роботи ЗМІ
18. Інноваційні підходи в організації діяльності PR-агенцій на місцевому рівні.
19. Інноваційні механізми у сфері надання рекламних та/або PR-послуг на місцевому, регіональному, державному рівнях.
20. Інформаційні видання нашого міста: рейтинг як інструмент розвитку та удосконалення.
21. Комунікаційні механізми співпраці місцевої влади із ЗМІ.
22. Міжнародний досвід та українські традиції у рекламі (на регіональному/місцевому матеріалі)

23. Міфотворчість як складник креативної реклами : телереклама та інтернет-реклама
24. Мультимедійні формати у журналістських матеріалах: аналіз ефективності.
25. Міжнародна журналістика: виклики, з якими стикаються журналісти при висвітленні міжнародних подій.
26. Нормативно-правове забезпечення рекламно-комунікаційної діяльності.
27. Нормативно-правове забезпечення журналістської справи.
28. PR-технології формування позитивного іміджу організації/особи (регіональний/місцевий рівні)
29. Робота відділів реклами та PR: традиції та інновації (на матеріалі регіонального/місцевого підприємства).
30. Робота відділів реклами та рекламних агентств: критерії оцінювання і шляхи оптимізації.
31. Рекламування туристичних послуг: контент-аналіз регіональних ЗМІ
32. Рекламний текст у сучасних ЗМІ: жанрова специфіка, диференціація, ефективність.
33. Реклама у межах виставки.
34. Рекламний сервіс нашого міста: рейтинг як інструмент оптимізації.
35. Реклама навчально-професійної діяльності в умовах реформ.
36. Реклама на сервісі ІТ: динаміка розвитку
37. Розробка рекламної стратегії організації (місцевий рівень)
38. Різновиди реклами на українському телебаченні (місцеві, регіональні, державні канали)
39. Розробка професіограм спеціалістів з реклами та зв'язків з громадськістю як інструмент підвищення конкурентоздатності.
40. Розробка професіограми сучасного журналіста у контексті турбулентності сьогодення.
41. Соціальна реклама на телебаченні і реалізація соціальних проектів на місцевому рівні.
42. Сучасні українські фахові видання з реклами та маркетингу як інструменти стимулювання розвитку галузі.
43. Сучасні українські видання для цільової аудиторії .
44. Фірмовий стиль та імідж фірми: порівняльний аналіз рекламних/PR-агенцій місцевого, регіонального, державного та міжнародного рівнів.
45. Шокова реклама: етико-правовий та функціональний аспекти
46. Перспективні напрями розвитку рекламного сервісу регіону в контексті європейської інтеграції.

Список рекомендованих джерел

1. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. / В. І. Зацерковний, І. В. Тішаєв, В. К. Демидов. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с
2. Михайлін І. Л. Науково-дослідна робота студента з журналістики: методичні матеріали для студентів із спеціальності "Журналістика"/І. Л. Михайлін. - 2-е вид., випр. і допов. - Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2010. - 92 с.
3. Різун В. В., Скотнікова Т. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посібник. / Різун В. В., Скотнікова Т. В. – 2-е вид., перероб. і доп. – К. : Преса України, 2008. – 144 с. URL: <http://www.twirpx.com/file/1105254/>
4. Сурмін Ю. П. Теорія систем та системний аналіз : навч. пос. К.: МАУП, 2003. 368 с

5. Юринець В. Є. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. 178 с.

Інформація про консультації

Згідно з графіком, що розроблений та схвалений на засіданні кафедри, ауд. 326 / 328

Загальна схема оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою		Нарахування балів	Бали нараховуються таким чином: <i>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою</i> При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань здобувачів вищої освіти за різними системами
		для іспиту	для заліку		
90-100	A	Відмінно	зараховано		
82-89	B	Добре			
74-81	C				
64-73	D				
60-63	E	Задовільно			
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		

Політика опанування дисципліни

Дотримання принципів академічної доброчесності: Підготовка кваліфікаційної (бакалаврської) роботи здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, на засадах академічної доброчесності. Робота проходить перевірку на рівень академічної доброчесності (плагіат) із застосуванням затверджених в ДУІТЗ процедур, зокрема програми **Unicheck**.

Інші умови: Здобувач вищої освіти, під керівництвом наукового керівника кваліфікаційної (бакалаврської) роботи, бере активну участь у науково-практичних заходах (конференції, круглі столи, кафедральні дискусійні майданчики, форуми тощо), де презентує власні та/або колективні наукові/освітні здобутки з теми дослідження.