



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	Журналістики, соціальних комунікацій і ІТ-права
Статус навчальної дисципліни	ОК 31 ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю»
Форма навчання	Денна

Викладач

Кокорев Олексій Вікторович
kokorev@ukr.net



В. о завідувача кафедри
Журналістики, соціальних комунікацій і 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	<p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК02. Знання та розуміння предметної галузі та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК08. Здатність навчатися і володіти сучасними знаннями.</p> <p>ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися іноземною мовою</p> <p>СК1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.</p> <p>СК2. Здатність формувати інформаційний контент.</p> <p>СК3. Здатність створювати медіапродукт.</p> <p>СК6. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності</p>
Результати навчання	<p>ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань</p> <p>ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції</p> <p>ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань</p> <p>ПР08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань</p> <p>ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою</p> <p>ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою</p> <p>ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук</p> <p>ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації</p> <p>ПР15. Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення</p> <p>ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p>
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	Задовільно			
60-63	E				
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.