**Інструктивно-методичні матеріали до практичних занять та самостійної роботи**

***Поточні контрольні заходи (max 60 балів):***

Поточний контроль передбачає такі ***теоретичні*** завдання:

* усне опитування і обговорення питань винесених на практичне заняття;
* термінологічний диктант – на початку кожного практичного заняття.
* робота у групі над розв’язанням практичного завдання, поставленого викладачем – на кожному практичному занятті*;*
* тест-перевірка знань за розділом.

Поточний контроль передбачає такі ***практичні*** завдання:

* презентація наукового дослідження із запропонованої теми (електронний та формування добірки прикладів, що ілюструватимуть теоретичні положення певних тем (електрон.документ);
* створення інфографіки для репрезентації питань плану практичного заняття;
* аргументативне есе (*складається з таких структурних елементів: вступу, де студент декларує власну точку зору на проблему, поставлену у заголовку есе; щонайменше трьох аргументів на користь власної точки зору, структурованих за принципом SEXI (Statement-Explanation-Example-Importance/Impact); висновку, де попередні результати синтезуються та інтегруються у більш глобальний контекст. Оскільки головна мета есе – змусити читача розділити точку зору автора, важливо використовувати риторичні фігури переконання, маркери логічної послідовності елементів («по-перше», «по-друге», «з вищезазначеного витікає» та ін.), апелювати до етосу (спільних цінностей, поглядів, знань) та фактів (дослідження, статистичні дані, думки фахівців, приклади з життя), проводити ефектні паралелі й аналогії для демонстрації вашої ерудиції, вдало використовувати цитати з прочитаних текстів, правильно обрати інтонацію спілкування з читачем);*
* практико-орієнтоване навчання (case-study).
* презентація власних досліджень.

***Підсумкові контрольні заходи (max 40 балів):***

***Теоретичний підсумковий контроль*** – 2 тести по 10 балів кожен (за 1й і 2й півсеместри, проводиться онлайн на платформі Moodle) (*max 20 балів)*.

***Захист групового творчого проекту або індивідуального дослідницького завдання*** *(max 20 балів) здійснюється на заліковому тижні. Публічний захист є обов’язковою вимогою для зарахування результатів за даними видами робіт.*

*Кількість учасників у групі: 3-4 особи.*

*Для запису на груповий творчий проект слід впродовж перших двох тижнів семестру подати заявку із зазначенням обраної теми, прізвищ та функцій виконавців, контактних даних керівника проекту за посиланням:*

***Індивідуальне дослідницьке завдання (ІДЗ)*** *варто обрати тим, хто володіє базовими методами ведення наукових досліджень і прагне поглибити власні знання щодо методів впливу реклами на споживача та опанувати сучасні методи аналізу рекламного дискурсу.*

*Тема ІДЗ обирається впродовж перших двох тижнів семестру з переліку запропонованих тем.*

*Результати ІДЗ можуть стати основою для доповідей на студентських науково-практичних конференціях.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень****і вид заняття** | **Тема змістового модулю** | **Контрольний захід** | **Кількість балів** |
| Змістовий модуль 1 |
| Тиждень 1Лекція 1 | Тема 1. Рекламний вплив як основа рекламної комунікації |   |  |
| Тиждень 2Семінар 1 |
| Групова дискусія.Опитування.Індивідуальне письмове завдання: підготувати аргументативний есей із запропонованої теми. | 9  |
| Змістовий модуль 2 |
| Тиждень 3Лекція 2 | Соціалізація як комунікаційний процес у комерційній і некомерційній рекламі |  |  |
| Тиждень 4Семінар 2 | Термінологічний диктант.Створення інфографіки до питань плану практичного заняття. | 9 |
| Змістовий модуль 3 |
| Тиждень 5Лекція 3 | Засоби сучасного рекламного впливу |  |  |
| Змістовий модуль 4 |
| Тиждень 6Семінар 3 | Сучасна практика рекламного впливу | ТестуванняІндивідуальне письмове завдання. Підготувати доповідь із ілюстративним матеріалом до обраної теми дослідження. | 9 |
| Змістовий модуль 5 |
| Тиждень 7Семінар 4 | Визначення ефективних комунікаційних технологій, моделей, каналіврозповсюдження реклами | Опитування.Індивідуальне письмове завдання. Групова робота: вирішення практичних завдань на занятті. | 9 |
| Тиждень 8Семінар 5 | Практики рекламування та споживча поведінка | Тестування.Практико-орієнтоване навчання (case-study): аналіз кейсів сучасних рекламних кампаній | 9 |
| Змістовий модуль 6  |
| Тиждень 9Семінар 6 | Підсумковий контроль (теоретичний і практичний) | Підсумкове теоретичне завдання: тести (на Moodle).Групова робота. публічна презентація власного дослідження. | 1010 |