**ІНСТРУКТИВНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ**

**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

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

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

* усне опитування і обговорення професійної літератури в галузі соціальних комунікацій (статті, презентації, тези, книги);
* 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:

* формування добірки рекламних повідомлень (комерційного і некомерційного типу) (електрон.документ);
* добір реклами, де порушуються правові та етичні норми (презентація);
* підготовка рекламних повідомлень комерційного або некомерційного типу (скетч постера, або сценарій відео/радіореклами).
* презентація дослідження рекламного контенту певної ТМ щодо визначення її ЦА і творчих рекламних стратегій (електронний та друкований документи);
* створення інфографіки для репрезентації питань плану лабораторного заняття;
* практико-орієнтоване навчання (case-study).

***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: 5-7 осіб.*

*Для запису на груповий творчий проект слід впродовж перших двох тижнів семестру подати заявку із зазначенням обраного твору, 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 з теорії реклами та опанувати сучасні методи аналізу рекламного дискурсу.*

*Тема ІДЗ обирається впродовж перших двох тижнів семестру з переліку запропонованих тем за посиланням:* https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2301

*Результати ІДЗ можуть стати основою для доповідей на студентських науково-практичних конференціях. Методичні рекомендації до виконання ІДЗ та критерії оцінювання див. на сторінці курсу у Moodle:* https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2301